

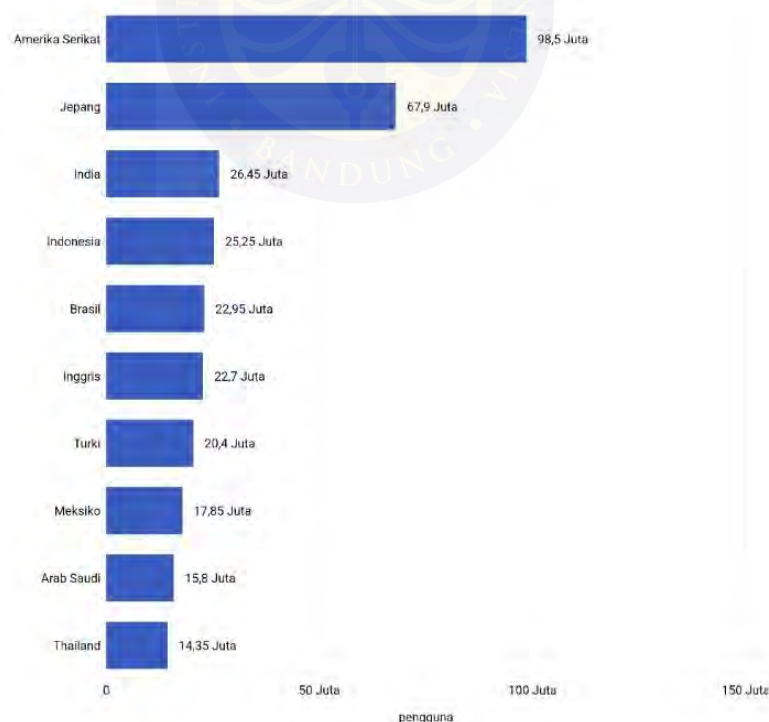
BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Menurut laporan We Are Social, ada 564,1 juta pengguna Twitter atau X di seluruh dunia per Juli 2023. Jumlah pengguna Twitter global tersebut naik 16,1% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya) dan tumbuh 51,3% secara kuartalan. Tercatat bahwa Indonesia menempati peringkat keempat dengan pengguna Twitter terbanyak di dunia pada Juli 2023, menandakan bahwa terdapat peningkatan daripada laporan sebelumnya yang mencatat Indonesia berada peringkat keenam terbanyak dunia pada Mei 2023. Jumlah pengguna Twitter di Tanah Air mencapai 25,25 juta pengguna per Juli 2023, naik 71,2% secara kuartalan (*qtq*).

Gambar 1.1. 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Twitter Terbanyak di Dunia (Juli 2023)
(Diunggah 11 November 2023)



(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Karena platform ini memiliki jangkauan yang luas, penyebaran informasi dan reaksi publik pun dapat terjadi dengan cepat. Jumlah pengguna yang besar di Twitter/X memberikan dampak yang signifikan terhadap beredarnya informasi dan opini. Platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyebarkan ide dengan cepat melalui tweet, retweet, dan hashtag. Fitur-fitur tersebut mempercepat proses penyebaran informasi, baik yang akurat maupun yang tidak terverifikasi, kepada audiens yang luas. Dilihat dari banyaknya orang yang menggunakan platform sosial media ini, semakin besar potensi untuk menyebarkan opini dan tindakan kolektif.

Twitter/X berfungsi sebagai agregator berita, di mana pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai sumber informasi, termasuk dari jurnalis atau media massa. Menurut *Reuters Institute Digital News Report 2021*, Twitter merupakan media sosial yang paling banyak dipakai penggunaannya untuk mencari berita ketimbang Facebook, Youtube, Instagram, Snapchat, dan TikTok. Survei tersebut menemukan bahwa 25% penggunaannya mengakses Twitter dengan motivasi mencari berita terbaru. Sedangkan pengguna media sosial lain yang bermotivasi serupa hanya di kisaran 11%-16%. Ini merupakan salah satu faktor bagaimana *cancel culture* terjadi di sosial media X.

Jonah Engel Bromwich, seorang penulis gaya untuk *New York Times*, mendefinisikan fenomena *cancel culture* sebagai bentuk penarikan total perhatian dari seseorang atau sesuatu karena nilai, tindakan, atau ucapan yang dianggap sangat menyinggung. Menurut Anjarini (2020) *Cancel culture* umumnya menargetkan individu yang memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat, seperti *influencer*, selebritas, musisi, atau tokoh politik terkenal ketika mereka dianggap melakukan kesalahan, sehingga publik merasa mereka layak menerima sanksi sosial.

Menurut Dr. Lisa Strohman dalam blognya yang berjudul "Time to Cancel 'Cancel culture'", tren terbaru dari "*cancel culture*" hanyalah upaya di media sosial yang menargetkan pelanggar norma sosial melalui pendekatan "kerumunan" menggunakan platform tersebut. Pertanyaan besarnya adalah "mengapa *cancel culture* terjadi dan mendapatkan momentum?" Secara umum, kesempatan untuk menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar dari diri kita sendiri sering kali lebih menarik. Manusia memiliki kebutuhan untuk merasa diterima dalam sebuah kelompok, dan mereka cenderung berperilaku berbeda ketika sendirian atau dalam kelompok kecil yang mendukung, dibandingkan dengan ketika mereka berada di kelompok yang lebih besar dan beragam.

Adapun penelitian terkait tentang *cancel culture* di Indonesia adalah penelitian Mardiyah dan Faris (2024) yang menganalisis fenomena *cancel culture* yang terjadi di

media sosial terkait kasus KDRT dengan pasangan artis Lesti Kejora dan Rizky Billar. Penelitian ini fokus pada bagaimana isu tersebut menjadi perbincangan publik di Instagram dan YouTube, khususnya di akun @mimi.julid dan @Leslar Entertainment, selama periode Maret 2022 hingga April 2023.

Selain itu ada pula penelitian yang dilakukan oleh Bangun, C. R., & Kumaralalita, N. (2022) yang membahas tentang bagaimana Kim Seon Ho menghadapi reaksi negatif besar setelah sebuah postingan anonim mengklaim bahwa ia memanipulasi seorang wanita untuk melakukan aborsi dengan alasan palsu, menjadikannya target *cancel culture*. Penelitian ini menggunakan studi kasus Kim Seon Ho untuk mengeksplorasi fenomena *cancel culture* yang juga terjadi di negara lain, termasuk Amerika Serikat.

Penelitian lain terkait *cancel culture* di Indonesia yakni penelitian yang dilakukan oleh Budiati dan Sukmarini (2023) tentang dampak *cancel culture* terhadap penggemar K-pop, khususnya penggemar Seungri dari grup Big Bang, dan bagaimana disonansi kognitif muncul sebagai hasilnya. Fokus utamanya adalah peran media, seperti *Dispatch*, dalam memicu dan memperburuk disonansi kognitif di kalangan penggemar.

Sebagian besar penelitian mengenai *cancel culture* lebih banyak berfokus pada konteks global, terutama di negara-negara Barat, atau pada kasus-kasus di Indonesia dengan tema yang berbeda, seperti kekerasan dalam rumah tangga atau kontroversi yang melibatkan selebritas. Namun, studi yang secara khusus membahas *cancel culture* dalam konteks plagiarisme di Indonesia, dengan pendekatan interaksi digital seperti yang diterapkan dalam kasus Ricodwichy, masih tergolong sedikit. Selain itu, penelitian yang menggabungkan teori intersubjektivitas Alfred Schutz untuk memahami pembentukan makna bersama di ruang digital juga belum banyak dilakukan, sehingga penelitian ini berupaya untuk mengisi kekosongan tersebut.

Kasus Ricodwichy, yang terkait dengan plagiarisme, menjadi salah satu contoh bagaimana *cancel culture* beroperasi di Indonesia. Ricodwichy, seorang kreator konten yang dituduh melakukan plagiarisme, mendapat kecaman luas dari komunitas Twitter. Tuduhan plagiarisme ini memicu *respons* yang sangat beragam dari para pengguna Twitter, mulai dari kritik keras hingga seruan agar dia dikeluarkan dari program studi DKV. *Respons* terhadap kasus ini tidak hanya mencerminkan pandangan moral tentang plagiarisme, tetapi juga dinamika kekuasaan dalam media sosial di mana masyarakat memiliki kemampuan untuk memberikan sanksi sosial melalui ruang digital.

Cancel culture merupakan fenomena sosial yang semakin relevan di era digital, terutama di Indonesia. Dengan semakin meningkatnya penggunaan media sosial sebagai platform utama untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan menyebarkan informasi, *cancel culture* telah menjadi alat yang kuat bagi masyarakat untuk mengekspresikan ketidakpuasan mereka terhadap tokoh publik atau entitas tertentu. Namun, dampak dan mekanisme di balik fenomena ini di konteks Indonesia masih kurang dipahami secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mempelajari bagaimana *cancel culture* terbentuk dan beroperasi dalam masyarakat Indonesia, serta bagaimana reaksi dari audiens yang terlibat.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana *cancel culture* berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial di media sosial Twitter/X. Analisis ini menyoroti pola interaksi digital yang terjadi, terutama ketika komunitas daring secara kolektif berpartisipasi dalam mengekspos dan memberikan sanksi sosial kepada individu yang dianggap melanggar norma, seperti dalam kasus plagiarisme Ricodwichy. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami respons pengguna Twitter/X terhadap kasus tersebut dengan menggunakan teori intersubjektivitas Alfred Schutz, dengan fokus pada bagaimana makna kolektif mengenai etika dan tanggung jawab sosial dibentuk melalui interaksi di ruang digital. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika *cancel culture* sebagai alat penegakan norma di era media sosial.

Studi ini akan menggunakan pendekatan etnografi virtual untuk meneliti interaksi dan *respons* pengguna Twitter terkait kasus Ricodwichy dari rentang waktu mulai dari Juni – Juli 2024 sebagai bagian dari fenomena *cancel culture* di Indonesia. Etnografi virtual memungkinkan peneliti untuk mengamati pola interaksi dan percakapan digital di Twitter secara mendalam, sehingga dapat mengidentifikasi bagaimana wacana *cancel culture* dibentuk dan disebarkan oleh pengguna media sosial.

1. 2. Perumusan Masalah

Fenomena *cancel culture* telah menjadi bentuk pengendalian sosial yang signifikan di Indonesia, terutama di ruang-ruang digital seperti media sosial X/Twitter. *Cancel culture* dapat dianggap sebagai mekanisme untuk menegakkan norma-norma sosial dan moral, memiliki beragam dampak baik bagi publik maupun setiap individu yang menjadi sasaran.

Dengan demikian, pertanyaan penelitian difokuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana *cancel culture* berfungsi di media sosial Twitter/X?
2. Bagaimana *respons* pengguna Twitter/X terhadap kasus plagiarisme yang

dilakukan oleh Ricodwichy?

1. 3. Tujuan Penelitian

1. Peneliti bermaksud menjelaskan fungsi *cancel culture* di media sosial Twitter/X.
2. Peneliti bermaksud menjelaskan bagaimana *respons* pengguna Twitter/X terhadap kasus plagiarisme yang dilakukan oleh Ricodwichy.

1. 4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur di Fakultas Budaya dan Media ISBI Bandung. Temuan penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan teori-teori baru atau memperkuat teori yang ada terkait dinamika sosial di dunia digital.

2. Manfaat Praktisi

Secara praktis, penelitian ini dapat menghasilkan panduan praktis bagi pengguna media sosial untuk bermedia sosial secara bijak. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan rujukan bagi pembuat kebijakan di Indonesia dalam merumuskan regulasi yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan penanganan isu-isu digital. Ini bisa termasuk kebijakan yang melindungi individu dari *cyberbullying* dan *cancel culture*, serta kebijakan yang mendukung literasi digital.