

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menjelaskan tentang fenomena *cancel culture* sebagai *respons* dalam kasus plagiarisme di Indonesia, khususnya pada pengguna media sosial X/Twitter. Fenomena ini diteliti dengan pendekatan etnografi virtual. Pada bagian landasan teori, akan diuraikan mengenai etnografi virtual sebagai pendekatan untuk menganalisis data terkait fenomena ini. Penulis juga akan menjelaskan beberapa konsep penting yang berkaitan dengan objek penelitian. Konsep-konsep ini akan dihubungkan secara logis dalam kerangka pemikiran yang dibangun.

#### **2. 1. *Cancel culture***

*Cancel culture* adalah fenomena sosial yang melibatkan tindakan kolektif untuk menolak dukungan atau menarik perhatian terhadap individu, kelompok, atau entitas yang dianggap melakukan pelanggaran serius terhadap norma atau nilai-nilai sosial. Istilah ini sering digunakan dalam konteks media sosial di mana kritik dan pemboikotan dilakukan secara terbuka dan sering kali viral.

*Cancel culture* memiliki sejarah yang panjang, berakar dari praktik pemboikotan sosial yang telah ada sejak lama. Namun, fenomena ini mengalami transformasi signifikan dengan berkembangnya media sosial. Dr. Jill McCorkel, profesor sosiologi dan kriminologi di Universitas Villanova, menjelaskan bahwa akar dari *cancel culture* telah ada sepanjang sejarah manusia, di mana masyarakat menghukum orang-orang yang bertindak di luar norma sosial yang dianggap berlaku selama berabad-abad.

Selain itu, Tufekci (2017) dalam menguraikan media sosial, khususnya Twitter, telah memodifikasi bagaimana cara-cara protes dilakukan, termasuk penerapan *cancel culture*. Tufekci menjelaskan bahwa platform ini mempercepat proses mobilisasi dan meningkatkan visibilitas dari kritik sosial, yang secara substansial mempengaruhi dinamika *cancel culture* di era digital.

*Cancel culture* menjadi bentuk baru dari *ostracism* yang dilakukan dalam kehidupan sosial di dunia maya (Nadia, et al., 2022). Pengucilan bertujuan untuk mengeluarkan pelaku pelanggaran sosial dari lingkungan masyarakat agar keburukannya tidak mempengaruhi lebih banyak orang. Hal ini sebagai upaya untuk tetap menjaga kontrol sosial agar selalu sesuai dengan norma-norma yang dipercayai bersama. Perbedaan dari kedua hal ini tidak begitu banyak, *ostracism* seringkali terjadi dalam konteks sosial sehari-hari dan mungkin tidak melibatkan tindakan atau

kampanye yang formal, sedangkan *cancel culture* cenderung melibatkan aksi terorganisir di media sosial dan publik yang luas.

Meskipun *cancel culture* sering dianggap sebagai alat untuk menegakkan tanggung jawab sosial, fenomena ini juga mendapat kritik. Beberapa kritikus berpendapat bahwa *cancel culture* dapat berujung pada intoleransi dan pemaksaan opini, serta dapat memicu polarisasi sosial. Menurut Gillespie (2018), moderasi konten oleh platform media sosial dapat memperkuat atau menahan efek dari *cancel culture*, serta tantangan yang dihadapi dalam mengelola konten dan opini publik. *Cancel culture* di media sosial bisa menjadi alat yang efektif untuk meminta pertanggungjawaban dan meningkatkan kesadaran keadilan, tetapi juga memiliki risiko negatif. (Chiuo, 2020).

Kasus Kim Garam, mantan anggota grup K-pop Le Sserafim, adalah contoh yang relevan dari fenomena *cancel culture* di era media sosial. Kim Garam mengalami dampak signifikan dari *cancel culture* yang mempengaruhi kariernya dan persepsi publik terhadapnya. Kim Garam pertama kali menjadi pusat perhatian publik pada tahun 2022 ketika kabar mengenai intimidasi dan bullying yang ia lakukan sebelum debut. Seiring dengan meningkatnya tekanan dari publik, HYBE Entertainment dan Source Music mengumumkan pemutusan kontrak Kim Garam dari grup Le Sserafim pada bulan Juli 2022. Dari sini kita dapat melihat bagaimana tekanan publik dan *respon* di media sosial memainkan peran kunci dalam keputusan agensi.

## 2. 2. Plagiarisme

Plagiarisme, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), diartikan sebagai tindakan mengutip karya orang lain dan mengakuinya sebagai karya sendiri tanpa mencantumkan sumbernya. Ini menegaskan bahwa setiap kutipan dari pemikiran orang lain harus disertai dengan penyebutan sumber. Masalah plagiarisme tidak hanya terbatas pada karya ilmiah, tetapi juga meluas ke berbagai bidang, seperti pemalsuan paten, pemalsuan karya, pembajakan, pelanggaran hak cipta, dan lain-lain.

Tindakan plagiarisme disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: 1) Faktor budaya; 2) Kurangnya pengetahuan mengenai tata cara penulisan karya ilmiah dan pemahaman tentang anti-plagiarisme; 3) Tekanan waktu dalam menyelesaikan tugas; 4) Belum adanya sanksi yang memberikan efek jera bagi pelaku; dan 5) Kemajuan teknologi informasi yang digunakan secara tidak etis (Azis, 2015). Uraian mengenai faktor-faktor penyebab plagiarisme tersebut menunjukkan bahwa penyebabnya dapat berasal dari faktor internal (dari dalam diri) maupun faktor eksternal.

Fenomena meningkatnya plagiarisme ini sebagian disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi yang dimanfaatkan secara negatif. Kemudahan dalam menduplikasi karya orang lain, baik melalui berbagai media, dapat menyebabkan tindakan plagiarisme secara keseluruhan atau yang diklaim sebagai karya adaptasi. Namun, hal ini dapat dicegah jika setiap individu yang terlibat memiliki moral atau etika dalam menciptakan suatu karya, yaitu kesadaran akan pentingnya anti-plagiarisme (Nasywa, 2024).

### **2. 3. Twitter/X**

Twitter, yang sejak 2023 berganti nama menjadi X, adalah platform media sosial berbasis microblogging yang diluncurkan pada tahun 2006. Twitter/X memungkinkan pengguna untuk mengirim dan membaca pesan singkat yang disebut "tweet," yang pada awalnya dibatasi hingga 140 karakter, namun kini dapat mencapai 280 karakter. Platform ini menyediakan berbagai fitur dan fungsi yang mempengaruhi cara orang berinteraksi dan berkomunikasi di dunia maya.

Sebagai platform media sosial, Twitter/X memainkan peran sentral dalam dinamika *cancel culture*. Twitter memungkinkan pengguna untuk secara cepat mendistribusikan informasi serta opini yang memfasilitasi percepatan kritik dan boikot. Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk mengkoordinasi aksi kolektif melalui penggunaan hashtag dan repost. Selain itu dengan adanya keterlibatan tinggi dari pengguna, tweet yang viral dan mendapatkan banyak repost atau like dapat mempengaruhi opini publik dan keputusan dari perusahaan atau individu yang menjadi target. Fitur reply dan *thread* memfasilitasi percakapan terbuka mengenai topik-topik kontroversial. Ini memungkinkan beragam opini untuk muncul dan berdiskusi, sering kali memperburuk situasi bagi target *cancel culture*.

### **2. 4. Etnografi Virtual**

Etnografi virtual merupakan pendekatan metodologis yang digunakan untuk mengeksplorasi perilaku dan pola interaksi sosial di lingkungan digital. Metode ini melibatkan pengamatan dan analisis aktivitas sosial di platform online guna memahami bagaimana individu maupun kelompok membangun dan memelihara hubungan dalam dunia maya. Dengan etnografi virtual, peneliti dapat mengungkap dinamika sosial yang berkembang di platform digital, termasuk pola-pola unik dalam fenomena seperti *cancel culture*. Metode ini memungkinkan identifikasi terhadap bagaimana kritik terorganisasi, strategi boikot diterapkan, serta respons dari pihak yang menjadi sasaran *cancel culture* (Hine, 2000).

Menurut Hine (dalam Nasrullah, 2017), terdapat sejumlah prinsip mendasar yang perlu diikuti agar etnografi virtual dapat dilakukan secara efektif dan sesuai dengan standar etika penelitian. Sepuluh prinsip tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Etnografi virtual menantang asumsi umum tentang internet. Peneliti perlu memahami internet tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai cara dan medium yang membentuk pola interaksi. Interpretasi ulang terhadap internet menjadi langkah penting dalam penelitian ini.
2. Internet sebagai ruang kompleks berbasis konteks teknologi. Berbeda dengan interaksi langsung di dunia nyata, internet harus dipahami sebagai ruang yang kaya akan hubungan kontekstual, baik dalam hal teknologi maupun kebudayaan, sehingga dapat dianggap sebagai sebuah budaya sekaligus artefak budaya.
3. Transformasi konsep lokasi dalam penelitian. Internet sebagai ruang virtual terus berubah dan berinteraksi. Etnografi virtual mengarahkan perhatian pada bagaimana ruang-ruang virtual ini diciptakan dan direkonstruksi oleh para penggunanya.
4. Dekonstruksi pemahaman tradisional tentang lokasi penelitian. Dalam etnografi tradisional, komunitas dan budaya kerap dikaitkan dengan lokasi fisik tertentu. Sebaliknya, penelitian etnografi virtual harus fokus pada konektivitas dan aliran data, tanpa bergantung pada batasan geografis.
5. Eksplorasi batas antara yang „nyata“ dan „maya“. Prinsip ini menekankan perlunya memahami kenyataan sebagai konstruksi hibrida antara dunia fisik dan dunia digital.
6. Internet sebagai ruang yang bersifat sementara. Kehadiran pengguna di internet tidak konstan, sehingga penelitian harus memperhitungkan sifat fluktuatif dari aktivitas online ini.
7. Fragmentasi fenomena di internet. Penelitian etnografi virtual tidak dapat sepenuhnya menangkap keseluruhan realitas online karena sifatnya yang terfragmentasi dan dinamis.
8. Etnografer sebagai bagian dari ruang digital. Peneliti yang terlibat dalam ruang siber juga membawa pengalaman pribadi yang memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan teknologi dan informan. Namun, penting untuk menjaga objektivitas dalam menafsirkan data.
9. Kehadiran etnografer dan informan dalam dunia maya. Etnografi virtual tidak mengharuskan adanya interaksi tatap muka karena kehadiran dapat dirasakan melalui aktivitas online. Hal ini memungkinkan penelitian dilakukan "di, dari, dan melalui" ruang digital.

10. Adaptasi prinsip etnografi tradisional. Terminologi dan pendekatan yang digunakan dalam etnografi konvensional tidak selalu relevan dalam konteks virtual, sehingga diperlukan modifikasi untuk menyesuaikan dengan sifat internet yang unik.

## 2. 5. Landasan Teori

Teori intersubjektivitas dikembangkan oleh Alfred Schutz, seorang filsuf dan sosiolog Austria, yang berfokus pada pemahaman pengalaman manusia dan bagaimana individu membangun makna melalui interaksi sosial. Intersubjektivitas mengacu pada pengertian dan pengalaman yang dibagi oleh individu dalam konteks sosial. Dalam pandangan Schutz, realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan kesepakatan bersama antara individu-individu yang berkomunikasi.

Schutz berargumen bahwa pemahaman manusia terhadap dunia tidak hanya bersifat objektif, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh konteks subjektif individu. Dalam interaksi sosial, individu tidak hanya bertindak berdasarkan pengalamannya sendiri, tetapi juga mempertimbangkan perspektif orang lain. Oleh karena itu, pemahaman dan makna dibentuk secara kolektif, menghasilkan realitas sosial yang bersifat intersubjektif.

Teori intersubjektivitas dari Alfred Schutz berakar pada fenomenologi sosial, yang mengkaji bagaimana makna sosial dibangun melalui interaksi antarindividu. Schutz (1967) menyatakan bahwa dunia sosial adalah dunia yang dibagi bersama, di mana individu menciptakan makna melalui pengalaman subjektif mereka. Namun, makna ini tidak terisolasi; ia lahir dari interaksi dengan orang lain dalam masyarakat. Intersubjektivitas mengacu pada pemahaman bersama yang dibentuk melalui hubungan antara pikiran individu dengan pikiran orang lain.

Dalam penelitian ini, teori intersubjektivitas Schutz diaplikasikan untuk memahami bagaimana pengguna Twitter berinteraksi dan merespons kasus plagiarisme Ricodwichey dalam fenomena *cancel culture*. Twitter sebagai platform digital memungkinkan interaksi antarindividu yang bersifat abstrak, di mana pengguna tidak berinteraksi secara langsung tetapi melalui teks, simbol, dan gambar. Meskipun demikian, melalui interaksi ini, makna sosial tetap terbentuk secara intersubjektif.

Interaksi di Twitter dalam kasus ini dapat dipahami sebagai proses intersubjektivitas yang terjadi di dunia digital. Pengguna Twitter membentuk dan membagikan pemahaman bersama tentang plagiarisme, etika, dan hukuman sosial melalui tweet, komentar, dan retweet. Sebagai bagian dari *cancel culture*, tindakan “canceling” adalah hasil dari pembentukan makna bersama yang dibangun melalui

*respons* kolektif. Dalam kasus Ricodwichy, berbagai *respons* pengguna Twitter terhadap plagiarisme dianggap sebagai pelanggaran etika, yang mengarah pada seruan untuk memboikot atau "membatalkan" figur publik tersebut.

Pengguna Twitter tidak hanya terlibat dalam proses penyampaian pandangan individual mereka, tetapi juga berinteraksi dengan pandangan orang lain. Ini sejalan dengan konsep Schutz tentang tipe perilaku sosial. Ketika pengguna Twitter melihat *respons* orang lain terhadap kasus Ricodwichy, mereka akan cenderung mengadopsi tipe perilaku yang telah diinternalisasi, yaitu perilaku canceling yang diharapkan dalam konteks moralitas digital. Pola ini memperlihatkan bagaimana norma dan ekspektasi sosial dalam komunitas Twitter dibentuk secara intersubjektif dan diekspresikan melalui interaksi digital. Dalam fenomena *cancel culture*, tindakan canceling tidak hanya merupakan ekspresi individu, tetapi juga *respons* kolektif yang terbentuk melalui interaksi di media sosial. Schutz memberikan perspektif bahwa tindakan-tindakan tersebut dihasilkan melalui pemahaman bersama tentang norma, nilai, dan moralitas yang dibagikan dalam dunia sosial. Dalam konteks Twitter, pemahaman ini diproduksi dan dipertahankan melalui komunikasi yang terus-menerus antara pengguna.

Melalui etnografi virtual, interaksi ini dapat dipetakan dan dianalisis untuk memahami bagaimana proses intersubjektif ini beroperasi dalam ranah digital. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada bagaimana pengguna Twitter berpartisipasi dalam membentuk makna kolektif tentang plagiarisme dan *cancel culture*, serta bagaimana norma-norma sosial dibangun, dipertahankan, atau dilanggar dalam proses tersebut.

## **2. 6. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini membahas tentang fenomena *cancel culture* yang terjadi di media sosial X/Twitter sebagai *respons* terhadap kasus plagiarisme di Indonesia. Ini adalah kasus spesifik yang menjadi fokus penelitian. Kasus Ricodwichy merupakan contoh dari perilaku yang memicu reaksi dari pengguna Twitter/X. Dalam penelitian ini, kasus Ricodwichy dilihat sebagai pemicu utama dalam terbentuknya wacana *cancel culture* di media sosial X/Twitter merupakan sosial media yang mendukung terjadinya persebaran informasi dengan cepat, hal ini menjadi tempat bagi tindakan yang bersifat kolektif seperti fenomena *cancel culture* di mana individu atau kelompok dapat menyebar kritik dan kecaman dengan cepat. Konten di X/Twitter bisa menjadi viral dengan cepat, dan tindakan *cancel culture* dapat mengumpulkan momentum secara eksponensial. Dinamika viral ini memperkuat dampak *cancel culture* dan membuatnya lebih menonjol di platform tersebut.

Para pengguna di Twitter/X memberikan reaksi atau *respons* terhadap kasus plagiarisme Ricodwichy. *Respons* ini bisa berupa dukungan, kritik, atau bahkan seruan untuk melakukan cancel terhadap pelaku. *Respons* ini dianalisis menggunakan pendekatan etnografi virtual. Metode etnografi virtual digunakan untuk mempelajari perilaku dan interaksi pengguna di Twitter/X. Penelitian ini dilakukan di ranah digital, di mana user mempelajari interaksi, percakapan, dan budaya yang terbentuk seputar *cancel culture* terkait kasus Ricodwichy. Kemudian penelitian ini menggunakan teori intersubjektivitas Schutz. Teori ini menjelaskan bagaimana individu berhubungan satu sama lain dan membangun makna melalui interaksi sosial. Dalam konteks penelitian ini, teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana pengguna Twitter/X saling mempengaruhi dalam membentuk opini dan mengambil tindakan kolektif terkait kasus Ricodwichy.

*Respons* dari pengguna Twitter/X berkontribusi pada terjadinya *cancel culture*, di mana tokoh atau pelaku yang dianggap melanggar norma (seperti plagiarisme) di-"cancel" oleh publik. *Cancel culture* sendiri merupakan fenomena di mana seseorang atau entitas dijauhi atau dihindari secara sosial akibat tindakannya yang dianggap salah oleh publik.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.6. 1 Kerangka Pemikiran

