

**CANCEL CULTURE SEBAGAI RESPONS MASYARAKAT TERHADAP PELAKU  
KASUS PERSELINGKUHAN : KAJIAN PADA AKUN INSTAGRAM @ARAWINDAK**

Stella Jehovani Ratna Mourina, Triyono Lukmantoro, Agus Naryoso,

[stellajovani4@gmail.com](mailto:stellajovani4@gmail.com)

**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro**

**Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407**

**Faksimile (024) 746504 Laman : <https://fisip.undip.ac.id> / Email : [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)**

**ABSTRACT**

The cancel culture phenomenon emerges as a form of public rejection of public figures who behave deviantly. The research aims to understand the cancel culture phenomenon and various related actions by examining the cancel culture phenomenon that occurred to an actress involved in an affair, Arawinda Kirana. Arawinda Kirana is a newcomer actress whose name began to be recognized by the public through the movie Yuni (2021). In the film Arawinda Kirana plays the role of Yuni, through which Arawinda Kirana received awards, one of which was the winner of the 2021 Citra Cup in the category of Most Favorite Female Lead Actress, she is also known for creating the hashtag #BerkainBersama, a movement that invites young people to preserve and use kebaya, and she is familiarly known to the public as "Kartini Modern"

From the data, it was found that Arawinda Kirana experienced a change in response from the public. Before cancel culture Arawinda was known as a talented young actress and was also known as a modern kartini' who received a lot of public support, praise both for her and her work. Changes in audience response after Arawinda Kirana experienced cancel culture are observed in the findings which are divided into the following categories: The increase in account performance and followers in the early days of cancel culture, comments that indicate stopping providing support to the target, comments that lead to calling out actions in comments containing suggestions and criticisms in comments which are divided into three types of calling out forms, namely the legal literacy group, defending justice for victims of infidelity and the group that criticizes moral and religious demands, no comments were found that vocally stated that they stopped supporting products or brands that were bound to collaborate with the target but in collaboration uploads, audience attention to the brand would be covered by the crowd of negative public comments directed at the target. Comments in the category of work rejection contain criticism of films that are not objective, insults to films, and invitations not to watch films, comments leading to virtual bullying contain swearing or sentences containing harsh words that are undirected and do not have clear definitions, insults that degrade the target's physique, forms of labeling comments to Arawinda Kirana such as "pelakor" "perek" "flirtatious" "home wrecker" "jablai" "gatal", and comments that degrade the target's physique

## ABSTRAK

Fenomena *cancel culture* muncul sebagai bentuk penolakan masyarakat terhadap tokoh publik yang berperilaku menyimpang. Penelitian bertujuan untuk memahami fenomena *cancel culture* dan berbagai tindakan terkait dengan mengkaji pada fenomena *cancel culture* yang terjadi kepada seorang aktris yang terlibat perselingkuhan, Arawinda Kirana. Arawinda Kirana adalah Aktris pendatang baru yang namanya mulai dikenal masyarakat lewat film Yuni (2021). Pada film tersebut Arawinda Kirana berperan sebagai Yuni, yang mana lewat film tersebut Arawinda Kirana memperoleh penghargaan salah satunya adalah pemenang Piala Citra 2021 kategori Perempuan Pemeran Utama Terfavorit, beliau juga dikenal karena menciptakan tagar #BerkainBersama yaitu suatu gerakan yang mengajak kalangan anak muda untuk melestarikan dan menggunakan kebaya, dan beliau akrab dikenal masyarakat sebagai “Kartini Modern”

Dari data diperoleh temuan bahwa Arawinda Kirana mengalami perubahan respons dari masyarakat. Sebelum *cancel culture* Arawinda dikenal sebagai aktris muda berbakat dan dikenal juga sebagai kartini modern yang banyak mendapatkan dukungan khalayak, pujian baik kepada dirinya maupun karyanya. Perubahan *respons* khalayak setelah Arawinda Kirana mengalami *cancel culture* diamati pada temuan yang terbagi kedalam beberapa kategori berikut: Peningkatan performa akun dan followers pada masa awal terjadinya *cancel culture*, komentar yang menunjukkan berhenti memberikan dukungan kepada target, komentar yang mengarah kepada tindakan *calling out* pada komentar berisikan saran dan kritik pada komentar yang terbagi kedalam tiga jenis bentuk *calling out* yaitu golongan meleak hukum, membela keadilan korban perselingkuhan dan golongan yang memberikan kritik atas tuntutan moral dan agama, tidak ditemukan komentar yang secara vokal menyatakan berhenti mendukung produk atau *brand* yang terikat kerjasama dengan target tetapi pada unggahan kolaborasi, atensi khalayak terhadap brand akan tertutup dengan ramainya komentar negatif khalayak yang ditujukan kepada target. komentar pada kategori penolakan karya berisikan kritik kepada film yang tidak objektif, penghinaan terhadap film, dan ajakan untuk tidak menonton film, komentar mengarah pada *virtual bullying* berisi umpatan atau kalimat mengandung kata kasar yang tidak terarah dan tidak memiliki definisi yang jelas, penghinaan yang merendahkan fisik target, bentuk komentar labeling kepada Arawinda Kirana seperti "*pelakor*" "*perek*" "*genit*" "*home wrecker*" "*jablai*" "*gatal*", dan komentar yang merendahkan harga diri target.

**Kata Kunci : *Cancel Culture*, Media baru, Instagram, Perselingkuhan, Tokoh Publik**

## PENDAHULUAN

*Cancel culture* adalah perilaku masyarakat dengan mengucilkan, mengejek, memboikot dan menolak individu dengan karyanya sebagai sanksi sosial yang diberikan masyarakat karena individu tersebut telah berperilaku menyimpang dan keluar dari

tatanan yang telah ditetapkan masyarakat. Fenomena ini umumnya kita temukan pada *public figure* seperti selebgram dan selebriti, atau bahkan kepada *brand* terkenal. Ekspetasi publik kepada *public figure* menjadikan kalangan tersebut seolah memiliki tuntutan untuk selalu menjadi contoh yang baik bagi

masyarakat. Sehingga, dengan adanya *cancel culture* diharapkan dapat menjadikan *public figure* lebih berhati-hati dalam membuat konten di media sosial, dan menyadari adanya beban moral untuk menjaga citra dirinya dengan baik (Altamira & Movementi, 2023).

Pada penelitian berjudul “*Cancel Culture in the Frame of Comparison of Indonesia and South Korea*” juga dikatakan bahwa *cancel culture* di Indonesia umumnya terjadi melalui media sosial dalam bentuk komentar negatif, penyerangan terhadap media online pribadi, dan penyebaran petisi online (Anjarini, 2020) berbeda dengan kultur negara lain, misalnya di Korea, *cancel culture* di negara tersebut dilakukan seraca nyata berupa pengucilan, penolakan karya, hingga pembatalan kontrak kerja. Data tersebut didukung pula oleh data pengguna media sosial di Indonesia adalah sebanyak 167 juta jiwa per Januari 2023 lalu. Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi forum besar bagi publik untuk menyampaikan opininya secara langsung, sarana aktualisasi diri dan saling terkoneksi dengan sesama pengguna tanpa batasan ruang dan waktu.

Salah satu bentuk fenomena *Cancel Culture* di Indonesia terjadi kepada salah satu aktris muda bernama Arawinda Kirana. Hal ini

bermula dari kabar perselingkuhannya yang ramai diperbincangkan publik lantaran berselingkuh dengan seorang pria yang sudah berkeluarga. Kabar perselingkuhan dengan cepat menarik sentimen publik. Respons ini semakin menjadi dikarenakan pemberitaan buruk ini tidak kontras dengan branding Arawinda yang baru saja memperoleh penghargaan lewat film layar lebar yang dibintanginya berjudul “*Yuni*” yang mengangkat tema perlawanan perempuan terhadap budaya patriarki, tetapi nilai-nilai yang ada pada dirinya tidak mencerminkan feminisme itu sendiri dengan melukai sesama perempuan.

Menurut pemaparan dari Gina S. Noor selaku sutradara dari film “*Like and Share*” yang dilansir dari laman berita [suaramerdeka.com](http://suaramerdeka.com) beliau mengatakan bahwa film tersebut sudah diproduksi jauh sebelum skandal Arawinda dan tidak menduga bahwa akan ada skandal yang menjerah salah satu aktrisnya berdekatan pada masa promosi dan penayangan film “*Like and Share*” sehingga diambil keputusan untuk tetap melanjutkan penayangan film, meskipun pada akhirnya mengalami penurunan prestasi dari film sebelumnya berjudul “*Yuni*”. Menurut [Wikipedia.com](http://Wikipedia.com) jumlah perolehan penonton *Yuni* mencapai 117.160 penonton dimana

ada selisih yang cukup jauh jika dibandingkan dengan perolehan total penonton pada film Like and Share, yaitu hanya sebesar 46.493 penonton. Dari perolehan prestasi film “Yuni” juga lebih unggul memenangkan penghargaan dari FFI sebagai Pemeran Utama Perempuan Terbaik Piala Citra 2021.

Nasib sama juga terjadi pada teaser film pendek berjudul “DIAM” yang diunggah di laman Instagram pribadi @arawindak yang dirilis pada tanggal 2 September 2023. Film ini diproduksi sebagai bentuk pembelaannya terhadap skandal yang melibatkan Arawinda sebelumnya dengan memosisikan dirinya sebagai korban kasus pelecehan seksual dan bukan pelaku kasus perselingkuhan. Pada keterangan *caption* dijelaskan juga bahwa film ini dibuat sebagai bentuk dukungan bagi para korban kasus pelecehan seksual, tetapi keseluruhan film tidak ditayangkan maupun dikomersilkan. Komentar negatif kembali meramaikan unggahan teaser film tersebut, yang berarti bahwa komentar negatif tetap berlanjut pada karya film yang dibintanginya dan jejak digital seolah mengingatkan khalayak pada skandal yang menjerat dirinya setelah setahun berlalu.

Fenomena *cancel culture* menjadi suatu kultur baru pada komunikasi media baru yang

marak terjadi sebagai bentuk penolakan masyarakat terhadap tokoh publik yang berperilaku menyimpang. Fenomena ini didukung pula dengan era digitalisasi, karena media sosial menyediakan suatu platform besar sehingga khalayak dapat saling terkoneksi satu sama lain, menjadikan suatu aksi kecil yang dilakukan di media sosial akan secara masif diikuti oleh pergerakan lainnya yang lebih besar. Namun sejauh ini masih belum ada batasan atau tindakan yang secara jelas mengindikasikan fenomena *cancel culture* pada media sosial, karena seperti yang kita ketahui suatu pergerakan di media sosial memang sangat cepat untuk mengundang atensi khalayak, namun hal tersebut cenderung terjadi dalam waktu singkat, atau istilahnya masyarakat hanya mengikuti apa yang sedang “viral”.

Peneliti mengamati fenomena *cancel culture* pada kasus yang terjadi pada tokoh publik Arawinda Kirana, yang mengalami penolakan masyarakat pada unggahan *teaser* film-nya di Instagram yang mengundang komentar negatif dan ujaran kebencian yang mengarah pada indikasi fenomena *cancel culture* sebagai bentuk sentimen publik terhadap skandal perselingkuhan yang dibuatnya. Berdasarkan uraian tersebut penelitian merumuskan permasalahan

penelitian, yaitu menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana fenomena *cancel culture* yang muncul sebagai respons masyarakat terhadap kasus perselingkuhan, dengan melakukan kajian pada kasus perselingkuhan Arawinda Kirana.

## **TUJUAN PENELITIAN**

Mendeskripsikan fenomena *cancel culture* yang muncul sebagai respons masyarakat terhadap kasus perselingkuhan, dengan mengkaji dari kasus perselingkuhan Arawinda Kirana dan menganalisis berbagai tindakan yang berkaitan dengan *cancel culture* dengan mengkaji pada akun Instagram @arawindak

## **KERANGKA TEORITIS**

### **Paradigma Konstruktivis**

Paradigma adalah model atau kerangka kerja yang digunakan untuk kepentingan observasi dan membentuk pemahaman mengenai apa yang terlihat dan bagaimana kita memahaminya. Penelitian disusun berdasarkan paradigma konstruktivis. Konstruksionisme memiliki keyakinan bahwa tidak ada kebenaran yang objektif, melainkan kebenaran adalah sesuatu yang dikonstruksi (Sarantakos, 2017). Konstruksionisme berbicara tentang realitas dan hubungan, dalam artian sesuatu dianggap

benar benar ada jika manusia menyadari hal tersebut ada. Sesuatu juga tidak memiliki makna yang tetap sebelum adanya interaksi dan diolah dalam pikiran oleh manusia. Interpretasi dan (re)konstruksi memungkinkan identifikasi makna yang diberikan pada objek yang mengarah pada strukturisasi lapangan (Sarantakos, 2017). Penelitian menggunakan paradigma konstruktivis karena tujuan dari penelitian adalah berupaka mengidentifikasi suatu makna dari fenomena sosial, yaitu *cancel culture* dengan mengamati interaksi antar individu didalamnya. Hal ini sesuai dengan tujuan dari paradigma konstruktivis yaitu mengkonstruksi suatu makna dari realitas yang terjadi pada tatanan kehidupan.

### ***Cancel Culture***

*Cancel culture* adalah salah satu bentuk modernisasi dari budaya penggemar yang turut mengikuti perkembangan jaman dan kemajuan teknologi. Fandom yang mulanya terstigmatisasi dan bersifat subcultural, saat ini praktiknya menjadi lebih menjamur akibat mainstreaming media dan peningkatan platform media sosial, yang kerap dikaitkan dengan *cancel culture* (Ng, 2022). Definisi lain menurut Cambridge Dictionary, *cancel culture* dimaknai sebagai suatu perilaku dalam tatanan sosial untuk menolak dan berhenti mendukung (Fikri dkk., 2022).

*Cancel culture* seringkali dikaitkan dengan label “anti fandom”. Anti fandom pada praktiknya memberikan engagement yang sama dengan penggemar, namun atensi yang mereka berikan cenderung bersifat negatif seperti komentar buruk, *hate watching*, membagikan opini buruk mengenai *cancel target*, dan sebagainya. Tidak ada narasi jelas yang mengaitkan anti fandom dengan *cancel culture*, tetapi beberapa literatur mendefinisikan mereka sebagai seseorang yang mengadvokasi seorang aktor supaya dihentikan atau dibatalkan penampilannya. Tidak semua “anti fandom” adalah implementasi dari *cancel culture*, sebagian hanya berupaya menggunakan media sosial untuk mengungkapkan ekspresi ketidaksukaan

### **Teori New Media**

Teori media massa memberikan suatu pandangan tentang bagaimana media bekerja dalam mengedukasi, memberikan informasi, hiburan, dan juga sebagai platform efektif dalam menyebarkan nilai, ideologi politik dan kepercayaan seperti yang dipraktikkan pada Abad Pertengahan (McQuail, 2010) Memasuki abad ke-20 definisi mengenai media massa mengalami perluasan dari yang semula hanya berupa media cetak yang disebarkan, berkembang menjadi suatu

bentuk digital yang membutuhkan akses koneksi kepada jaringan internet untuk membukanya, dan dari segi tampilan yang semula hanya berupa teks, mengalami digitalisasi sehingga dilengkapi pula dengan tampilan audio visual. Satelit komunikasi yang mengelilingi dunia membuat media berbasis computer ini menyerbu setiap sisi dan sudut kehidupan masyarakat.

Teori media massa memberikan suatu pandangan tentang bagaimana media bekerja dalam mengedukasi, memberikan informasi, hiburan, dan juga sebagai platform efektif dalam menyebarkan nilai, ideologi politik dan kepercayaan seperti yang dipraktikkan pada Abad Pertengahan (McQuail, 2010) Memasuki abad ke-20 definisi mengenai media massa mengalami perluasan dari yang semula hanya berupa media cetak yang disebarkan, berkembang menjadi suatu bentuk digital yang membutuhkan akses koneksi kepada jaringan internet untuk membukanya, dan dari segi tampilan yang semula hanya berupa teks, mengalami digitalisasi sehingga dilengkapi pula dengan tampilan audio visual. Satelit komunikasi yang mengelilingi dunia membuat media berbasis computer ini menyerbu setiap sisi dan sudut kehidupan masyarakat.

Mc Quail dalam bukunya Teori Media Massa Edisi 6 juga menjelaskan perubahan yang muncul akibat media baru, diantaranya

- **Digitalisasi dan konvergensi pada setiap aspek media.** Transformasi proses konversi informasi pada era digital menjadikan suatu platform mampu menggabungkan berbagai elemen media, seperti teks, audio, video dan gambar kedalam satu wadah.
- **Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.** Interaktivitas menjadikan media mampu media mampu membuka akses komunikasi sehingga terjalin komunikasi dua arah antara sesama pengguna atau antara pengguna dengan konten
- **Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima pesan .** Seperti yang kita ketahui, teknologi memberikan akses kemudahan pada aspek komunikasi yang memungkinkan tiap individu dapat saling terkoneksi, mendapatkan informasi yang sama tanpa terhalang jarak dan waktu selama memiliki perangkat yang terhubung ke internet.
- **Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak.** Media baru memberikan keuntungan bagi platform, terutama pada

media online untuk memberikan sentuhan baru dalam publikasi melalui website yang memungkinkan jangkauan khalayak lebih luas, konvergensi media, dan juga sistem algoritma yang secara otomatis mampu menyesuaikan konten publikasi dengan selera masyarakat (Baran, 2021)

- **Munculnya beragam bentuk baru 'pintu' (gateway) media.** New media memberikan inovasi terhadap media kreatif dengan kemunculan berbagai platform pada industri media kreatif dan publikasi media, seperti kemunculan *podcast*, platform akses pendidikan online, platform streaming video, portal bertia online, media sosial, dan sebagainya.
- **Pemisahan dan pengaburan dari 'lembaga media'.** Digitalisasi media merujuk pada hubungan antara penggabungan media dengan kepentingan politik dan bisnis dari lembaga media. Kedua aspek ini bersifat kontradiktif sehingga dampak baik atau buruknya media menyesuaikan kepentingan lembaga untuk suatu kepentingan.

### **Teori Konvergensi Simbolik**

Teori Konvergensi Simbolik menjelaskan bagaimana ketika ada interaksi dalam suatu kelompok atau komunitas, individu didalamnya akan membentuk suatu realitas bersama yang dibangun dari gagasan atau pandangan pribadi setiap individu terhadap sesuatu yang masing masing dituangkan kedalam kelompok menjadi suatu pemahaman baru (Littlejohn dkk., 2017). Realitas ini, atau disebut juga tema fantasi mulanya muncul dari interaksi kelompok kecil dan kemudian berantai dari satu kelompok kepada kelompok lain menjadi suatu realitas yang universal dan diyakini. Tema fantasi terdiri dari beberapa aspek, yaitu (Littlejohn dkk., 2017) :

- Karakter, adalah tokoh baik antagonis, protagonist, paupun pemeran pendukung yang sedang diperbincangkan.
- Alur cerita, adalah perkembangan cerita.
- Adegan, meliputi latar, lokasi, properti dan latar belakang sosial dan budaya.
- Agen pemberi sanksi, adalah individu atau kelompok yang memiliki otoritas untuk menegakan nilai nilai tertentu atau kebenaran yang dipercaya dalam suatu tema, misalnya saja aturan keagamaan, kode etik atau otoritas terkait lainnya.
- Instagram adalah salah satu platform media sosial yang popularitasnya terus meningkat beberapa tahun belakangan,

dengan tingkat keterlibatan yang tinggi dibandingkan dengan platform lain. Menurut publikasi Tech Crunch, basis pengguna Instagram meningkat dua kali lipat dari 300juta pengguna menjadi 700 pengguna pada kurun waktu 2015 hingga 2017 (Verishagen, 2018).

- 
- Instagram adalah platform berbasis visual yang memungkinkan kita untuk mengunggah foto atau video melalui *Instagram reels*, *Instagram story* dan *Instagram feeds*. Ketiganya memiliki frekuensi waktu pemostingan dan jangkauannya tersendiri. Platform Instagram memungkinkan adanya interaksi antar sesama penggunanya melalui *direct message* dan kolom komentar yang dibuka untuk postingan *reels* dan *feeds*. Platform ini juga menyertakan tagar, yang memungkinkan orang orang dengan minat yang sama saling berbagi gambar mengenai suatu topik, bahkan membentuk komunitas. Penggunaan tagar adalah salah satu strategi yang bagus jika kita ingin menggunakan platform untuk kepentingan komersil seperti promosi barang atau mengkampanyekan suatu isu atau *event* (Hibner & Kelly, 2017).

### **Speech Codes Theory**

Teori Speech Code berangkat dari penelitian yang dilakukan oleh Plilipsen saat mengajar di Universitas California, Santa Barbara.



Teori ini didefinisikan sebagai suatu sistem istilah, pemaknaan, premis dan aturan yang dipengaruhi oleh historis dan kelompok sosial berkaitan dengan perilaku individu dalam berkomunikasi (Philipsen, 2008). Penelitian dimulai dengan melakukan pengamatan struktur komunikasi antara dua komunitas daerah berbeda, yaitu masyarakat Teamsterville yang mewakili karakteristik daerah penelitian dan masyarakat Nacirema (penulisan America dalam ejaan terbalik) yang digambarkan sebagai karakteristik percakapan umum di AS.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian merupakan bentuk penelitian deskriptif kualitatif, yang mana penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu kondisi atau fenomena pada realitas sosial untuk dijadikan objek penelitian guna mendapatkan pemahaman melalui suatu ciri, karakter, sifat, model, atau tanda dari fenomena tertentu (Bungin, 200) dengan korpus penelitian diambil dari data teks komentar khalayak pada 5 unggahan Instagram @arawindak yang diambil pada periode tanggal 4 November 2022 sampai 2 September 2023 yang menunjukkan adanya tanda tanda terjadinya *cancel culture* menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi dan teknik analisis data netnografi. Analisis netnografi merupakan

perluasan dari metode penelitian etnografi yang secara khusus digunakan untuk mengamati fenomena atau aktivitas di dunia maya

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah analisis netnografi dilakukan pada data komentar khalayak pada akun Instagram @arawindak diperoleh temuan bahwa Arawinda Kirana mengalami perubahan respons dari masyarakat. Sebelum *cancel culture* Arawinda dikenal sebagai aktris muda berbakat dan dikenal juga sebagai kartini modern yang secara vokal aktif menyuarakan isu-isu terkait gender, serta sebagai pencipta tagar #BerkainBersama untuk melestarikan kebaya. Perubahan respons khalayak setelah Arawinda Kirana mengalami *cancel culture* diamati pada temuan yang terbagi ke dalam beberapa kategori berikut:

- Peningkatan performa akun yang diamati dari kenaikan jumlah komentar dan followers selama skandal perselingkuhan Arawinda menjadi sorotan publik dan berada pada masa awal terjadinya *cancel culture* untuk kemudian mengalami penurunan secara perlahan dari waktu ke waktu setelahnya.

- Komentar yang menunjukkan berhenti memberikan dukungan kepada target yang ditujukan dengan kalimat kekecewaan sebagai penggemar Arawinda yang mengagumi branding kartini modern dan prestasi Arawinda di dunia perfilman sedari awal. Serta bentuk kalimat ajakan untuk tidak memberlakukan *cancel culture* pada Arawinda Kirana.
- Komentar yang menunjukkan indikasi penurunan *followers* diperkuat oleh data penurunan jumlah pengikut Instagram @arawindak. Diketahui pula pada komentar bahwa tindakan *unfollow* diinisiasi sebagai bentuk kekecewaan penggemar atau khalayak yang sebelumnya menjadi pengikut akun Instagram @arawindak
- Komentar yang mengarah kepada tindakan *calling out* pada komentar berisikan saran dan kritik pada komentar yang terbagi kedalam tiga jenis bentuk *calling out* yaitu golongan yang menyarankan untuk membawa kasus ke jalur hukum disertai bukti jika memang Arawinda adalah korban pelecehan seksual, golongan yang mengamati kasus perselingkuhan Arawinda Kirana dan berada di pihak korban, dan golongan yang memberikan saran atas tuntutan moral dan agama seperti yang menyarankan untuk bertobat, ingat *azab, Istighfar*.
- Tidak ditemukan komentar yang secara vokal menyatakan berhenti mendukung produk atau *brand* yang terikat kerjasama dengan target. Tetapi pada unggahan kolaborasi, atensi khalayak terhadap brand akan tertutup dengan ramainya komentar negatif khalayak yang ditujukan kepada target.
- Kalimat yang menggambarkan bentuk penolakan karya dimaksudkan pada karya Arawinda Kirana dalam bentuk film. Komentar pada kategori berikut berisikan kritik kepada film yang tidak objektif, penghinaan terhadap film, dan bentuk kalimat yang menggambarkan penolakan atau ajakan untuk tidak menonton film. Imbas dari komen berikut juga diikuti dengan penurunan rating film, jumlah penonton dan prestasi film yang diperoleh dari membandingkan 2 film yang dibintangi oleh Arawinda Kirana di waktu berbeda yakni pada film Yuni (2021) dan Like and Share (2022)

- *Virtual bullying* sebagai indikasi lain dari *cancel culture* akibat dari serangan komentar negatif yang tidak terarah. Jenis komentar yang ditemukan pada kategori yaitu berisi umpatan atau kalimat mengandung kata kasar yang tidak terarah dan tidak memiliki definisi yang jelas, penghinaan yang merendahkan fisik Arawinda Kirana, terutama ditujukan kepada kulitnya yang sawo matang.
- Bentuk komentar labeling kepada Arawinda Kirana seperti "*pelakor*" "*perek*" "*genit*" "*home wrecker*" "*jablai*" "*gatal*" dan sebagainya yang ditujukan untuk merendahkan Arawinda Kirana. Selain julukan yang diberikan, terdapat komentar berulang yang merekatkan identitas Arawinda dengan barang bukti perselingkuhan atau hal lain yang berkaitan dengan kabar perselingkuhan Arawinda Kirana seperti misalnya pada penyebutan '*tanktop ungu*' dan '*ranjang bayi*'
- Komentar yang mengarah kepada pelecehan verbal akibat dari serangan komentar negatif yang tidak terarah dan pandangan masyarakat yang cenderung memandang rendah perempuan pelaku perselingkuhan.

## REKOMENDASI

### 1. Rekomendasi Akademis

Penelitian diharapkan dapat menyumbangkan ilmu dan temuan mengenai pemahaman *cancel culture* sebagai salah satu fenomena yang berkembang seiring dengan hadirnya media baru, termasuk kepada pembentukan opini masyarakat pada platform media sosial. Penelitian juga berimplikasi pada *teori speech code* dimana peneliti mengamati pola interaksi yang terbentuk pada masyarakat *cyber*. Teori Konvergensi Simbolik juga menjadi salah satu acuan penelitian, dikarenakan berdasarkan pengamatan terhadap interaksi yang terjadi pada kolom komentar Instagram @arawindak khalayak mengkonstruksi suatu cerita atau dalam hal ini pembicaraan serta opini terbentuk dari fantasi yang dibagikan sehingga menghasilkan suatu keyakinan yang sama untuk melakukan *cancel culture* kepada tokoh publik yang terlibat perselingkuhan.

### 2. Rekomendasi Praktis

Secara praktis diharapkan penelitian dapat menjadi acuan bagi tokoh

publik, terutama pada jajaran artis dan selebgram yang aktif dalam menggunakan media sosialnya untuk terkoneksi dengan penggemar, diharapkan lebih bijak dalam bertindak dan mempertanggungjawabkan *image* yang sudah dibangun dengan memiliki batasan dalam bersikap dan menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku di masyarakat. Terlebih apa yang sudah disebar di media sosial akan menjadi rekam jejak dan akan sulit untuk dibersihkan secara permanen.

### 3. Rekomendasi Sosial

Secara sosial penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam menyikapi isu-isu yang berkembang di media sosial terlebih dalam menanggapi *public figure* yang berperilaku menyimpang. Masyarakat juga diharapkan lebih bijak menggunakan media sosial sebagai bentuk pengungkapan pendapat, kritik atau dukungan terhadap suatu tokoh publik atau selebriti.

#### **KETERBATASAN PENELITIAN**

Penelitian Netnografi diambil berdasarkan data yang ada pada media sosial dimana data

berada pada akun Instagram pribadi @arawindak dan sepenuhnya menjadi kewenangan Arawinda Kirana, untuk mengubah maupun menghapus komentar. Sehingga hal tersebut menjadi batasan dalam penelitian, dimana data yang digunakan pada penelitian adalah data komentar yang masih tersedia pada kolom komentar Instagram dan mengalami perubahan atau pengeditan oleh pemilik akun @arawindak.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Altamira, M., & Movementi, S. (2023).

FENOMENA CANCEL

CULTURE DI INDONESIA:

SEBUAH TINJAUAN

LITERATUR. *Jurnal Vokasi*

*Indonesia, Query date: 2023-10-29*

*10:35:04.*

<https://scholarhub.ui.ac.id/jvi/vol10>

[/iss1/5/](https://scholarhub.ui.ac.id/jvi/vol10/iss1/5/)

*ARAWINDA KIRANA (@arawindak) •*

*Foto dan video Instagram. (t.t.).*

Diambil 31 Oktober 2023, dari

<https://www.instagram.com/arawindak/>

Cummings, K., Zafari, B., & Beitelspacher, L. (2023). *#Cancelled! Exploring the Phenomenon of Cancel Culture. Like & Share (2022)—Ratings—IMDb*. (t.t.). Diambil 3 Maret 2024, dari <https://www.imdb.com/title/tt21047870/ratings/>

Littlejohn, S., Foss, K., & Oetzel, J. (2017). *Theories of human communication. 11th Editions*. Query date: 2023-09-22 10:25:36.

McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa Mcquail, Edisi 6 Buku 1 Mcquail's Mass Communication Theory*. Query date: 2023-09-22 10:05:45.

Ng, E. (2022). *Cancel culture: A critical analysis*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-97374-2>

*Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023 / Databoks*. (t.t.). Diambil 13 Oktober 2023, dari <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>

*Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. (t.t.). Diambil 31 Oktober 2023, dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

Philipsen, G. (2008). *Speech codes theory. Engaging theories in interpersonal communication ...*, Query date: 2024-04-15 19:20:13. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=HWLXu63TQWQC&oi=fnd&pg=PA269&dq=%22gerr>

[y+philipsen%22&ots=-  
G2GiD1fsv&sig=Q6zPJJjSYGrZcd  
v0KKnvr21Q5XU](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=PCNHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR14&dq=%22sotirios+sarantakos%22+social+research&ots=t0z5QKezK6&sig=Ueyy02qETFPdGTKwVO8De80ik8g)

Sarantakos, S. (2017). *Social research*.

books.google.com.

[https://books.google.com/books?hl  
=en&lr=&id=PCNHEAAAQBAJ&  
oi=fnd&pg=PR14&dq=%22sotirios  
+sarantakos%22+social+research&  
ots=t0z5QKezK6&sig=Ueyy02qET  
FPdGTKwVO8De80ik8g](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=PCNHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR14&dq=%22sotirios+sarantakos%22+social+research&ots=t0z5QKezK6&sig=Ueyy02qETFPdGTKwVO8De80ik8g)

Sulianta, F. (2021). *Netnografi—Dasar dan  
Perkembangan Etnografi Digital—  
Feri Sulianta*.

T

Verishagen, N. (2018). *Social media: The  
academic library perspective*.

books.google.com.

[https://books.google.com/books?hl=e  
n&lr=&id=PPx7DwAAQBAJ&oi=f  
nd&pg=PP1&dq=social+media+the+  
academic+library+perspective&ots=  
gvQOEghjuV&sig=YNk5wQzQR3  
m8r-sPMPPrXPTQHvvk](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=PPx7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=social+media+the+academic+library+perspective&ots=gvQOEghjuV&sig=YNk5wQzQR3m8r-sPMPPrXPTQHvvk)

e-Carson, L., Benckendorff, P., & Hughes,

K. (2023). Not so different after all?

A netnographic exploration of user

engagement with non-human

influencers on social media. *Journal*

*of Business Research*, Query date:

2024-03-03 16:01:20.

[https://www.sciencedirect.com/scien  
ce/article/pii/S0148296323005088](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296323005088)