



Pembatalan Budaya Sebagai Ekspresi Perlawanan Publik di Ruang Digital

Bambang Mudjiyanto¹⁾, Launa²⁾, Hafzotillah³⁾, Nursyamsi⁴⁾, Hayu Lusianawati⁵⁾

¹⁾ Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)

^{2*)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bung Karno Jakarta

³⁾ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor

⁴⁾ Fakultas Hukum, Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong

⁵⁾ Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta

^{*)}E-mail korespondensi: launa.ubk@gmail.com

Diterima: 16-5-2025 | Direvisi: 19-5-2025 | Disetujui: 27-5-2025 | Publikasi online: 28-5-2025

ABSTRACT

This study captures the phenomenon of cancel culture that afflicts Indonesian celebrities due to their behavior that is considered to violate social norms and ethics; as well as revealing the social implications faced by celebrities after they become victims of cancel culture. Using a constructivist paradigm with qualitative characteristics, this study draws research data sources from social media content and literature reviews. The results show that cancel culture is a digital culture that emphasizes the social responsibility of individuals, groups, institutions, or corporations for their actions; reflecting new dynamics in social interaction, where the collective power of netizens can impose social sanctions on celebrities. Cancel culture is not only about cancellation culture, but also a reflection of the complex relationship between public power, freedom of expression, and social ethics. By understanding cancel culture, we can prevent its negative impacts, as well as promote more effective, literate, aware, and responsible use of social media.

Keywords: *Cancel culture, expressions of resistance, netizen collective power, negative impact, social norms*

PENDAHULUAN

Konsekuensi logis dari perilaku hidup era digital adalah hadirnya fenomena unik dalam wujud gerakan sosial baru bernama ‘cancel culture’. Budaya pembatalan (atau *call-out-culture*) ini menjadi tren menarik di media sosial (medsos) saat ini. Sebagai fenomena aktual, *cancel culture* mengacu pada peristiwa kemarahan/kejengkelan publik yang berujung pada boikot, penolakan, pengucilan, atau pengenyahan sebagai akibat dari pernyataan (*statement*), postingan (*post*) atau tindakan (*action*) individu/kelompok yang mengandung unsur *doxing*, *flexing*, ofensif, dan kontroversial. Sebagai bentuk boikot modern, *cancel culture* adalah sarana digital untuk mengorkestrasi ‘ruang gema’ (*echo chamber*) atau mengamplifikasi suara, sikap, atau tindakan penarikan dukungan atau ketidaksetujuan.

Apalagi jika *action*, *statement* atau *post* itu bersumber dari pesohor (seperti tokoh masyarakat, elite politik, pejabat publik, atau selebriti) dianggap oleh netizen *nir-logis*, *nir-empati*, mengusik etika dan moral, atau mencederai norma dan nilai sosial tertentu. Praktik *cancel culture* yang beroperasi intens di ranah digital (seperti Twitter/X, Instagram, Facebook, Telegram, LinkedIn, Line, Threds, atau TikTok), berpotensi menjatuhkan reputasi individu atau mendegradasi citra kelompok tertentu.

Jika kita telisik lebih jauh, akar *cancel culture* dapat ditelusuri dari praktik pengucilan sosial yang telah ada sejak zaman kuno. Dalam tradisi China, sejak lama sudah dikenal istilah '*renrou sousuo*', yakni pengungkapan informasi tentang individu yang dianggap melanggar norma sosial, atau penerapan sanksi sosial berupa kecaman/pengucilan (Vox Media, 2020). Perkembangan *cancel culture* juga terkait dengan sikap kritis warganet/para *netter* yang melihat *statement*, *post* atau aksi-aksi *nyeleneh* di ruang virtual memicu sikap oposisional atau reaksi emosional untuk menghukum para pihak yang dianggap bertanggung jawab. Dinamika teoritik di ranah medsos inilah yang memungkinkan fenomena *cancel culture* saat ini berlangsung intens, massif, dan eksekutif.

Tindakan *ostrakisme* (pengusiran) atau *cancel culture* (pengeyahan) bisa terjadi pada individu, kelompok, atau institusi yang ter-*cancel* dari lingkungan sosial, lingkungan pergaulan, atau lingkungan profesional, baik di ranah virtual (medsos) maupun di ranah aktual (dunia nyata). Mereka yang menjadi sasaran ostrakisme atau objek *cancel culture* ini umumnya dianggap sebagai provokator (*heaters* atau *buzzer*), yang gemar memancing reaksi publik. *Cancel culture* berpotensi memberi dampak negatif, seperti intimidasi sosial, pengucilan sosial, persekusi, degradasi reputasi, atau penurunan citra profesional seseorang yang bisa berujung pada stres, depresi, bahkan hilangnya karir/pekerjaan.

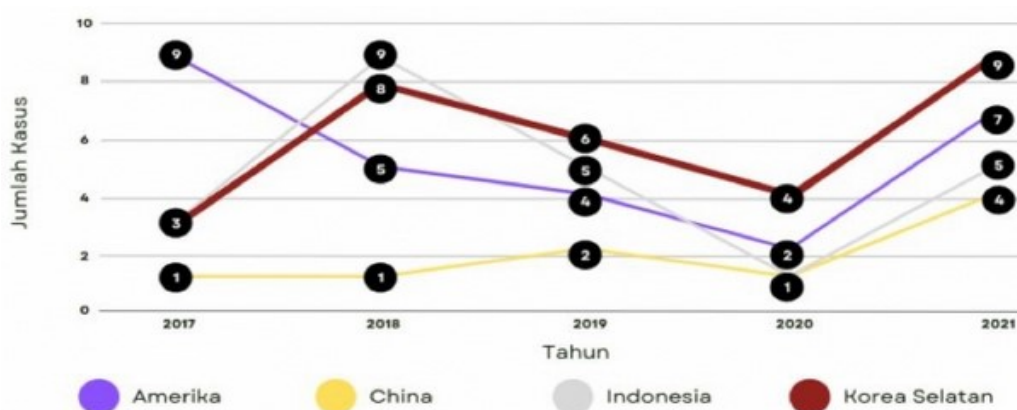
Fenomena *cancel culture* muncul pertama kali lewat #MeToo' campaign yang digagas oleh Tarana Burk, seorang aktivis perempuan penyintas kekerasan seksual, dan viral di platform Myspace pada tahun 2006. MeToo adalah 'kampanye penyadaran publik' untuk merespon pelecehan dan kekerasan seksual pada perempuan. MeToo' meminta tiap korban bercerita dan memublikasi pengalaman mereka, khususnya pelecehan dan kekerasan seksual yang dialami perempuan di tempat kerja. Gerakan MeToo kian populer setelah selebritis Amerika, Alyssa Milano menjadikan MeToo' sebagai tagar di Twitter pada Oktober 2017. Gerakan ini mendapat *tweet* lebih dari 1,7 juta kali di 85 negara (Corbett, 2023).

Sebelumnya, pada Maret 2014, *cancel culture* juga kembali muncul di Amerika, dipicu oleh *statement* Stephen Colbert, pemandu acara "The Colbert Report" (program bincang malam yang bernuansa satir). Saat itu, Colbert menyinggung kasus pelecehan seksual pada masyarakat Asia, namun dengan tendensi rasis. Tagar #CancelColbert kemudian muncul dan viral di lini massa sosial media Amerika akibat *statement* Colbert yang dianggap melecehkan atau merendahkan perempuan Asia (Park & Kim, 2014).

Cancel culture juga pernah menysasar JK Rowling, penulis buku *best seller* Harry Potter Series, pada Juni 2020. Saat itu, Rowling menyebut "perempuan transgender adalah predator". *Statement* Rowling ini menyulut reaksi keras publik Amerika, terutama dari kalangan artis dan aktivis LGBTQ. Komentar Rowling dianggap sebagai wujud nyata sikap transfobia. Gerakan #CancelRowling berlanjut dengan gerakan boikot buku karya Rowling. Netizen Amerika membuat seruan masif melalui sosial media agar penerbit buku-buku

Rowling segera memutus kontrak dan royalti Rowling (Gardner, 2025). Berbagai kasus pembatalan budaya terjadi di banyak negara (Gambar 1), termasuk sejumlah kasus yang melibatkan pesohor Indonesia.

Di Indonesia, tindakan *cancel culture* juga terjadi pada individu bermasalah, seperti para pesohor (*public figure*) yang melakukan *flexing*, *hate spece*, atau tindakan rasisme, narsisme, misogini, kekerasan verbal, hingga pelecehan seksual. Saipul Jamil (SJ), aktor yang pernah divonis delapan tahun penjara (Februari 2016) atas kasus pelecehan seksual remaja di bawah umur misalnya, pernah menjadi korban *cancel culture*. Tak berhenti disitu, saat keluar dari penjara pada Februari 2021, SJ yang disambut bak ‘pahlawan’ oleh penggemarnya telah menyulut kemarahan publik lewat aksi petisi “Boikot Saipul Jamil Mantan Narapidana Pedofilia, Tampil di Televisi dan Youtube” di situs Change.org. Petisi *cancel* SJ itu mendapat dukungan publik dengan 500.000 lebih tanda tangan (bbc.com, 2021).



Gambar 1. Perbandingan *Cancel Culture* di Empat Negara

Sumber: trends.google.com / Kompas.com, 2021

Kasus *cancel culture* juga menimpa komika Rizky Firdaus Wijaksana alias Uus, pada Januari 2017, akibat cuitannya yang dianggap menghina ulama. Cuitan Uus menyulut petisi yang ditandatangani lebih dari 21 ribu warganet. Akibat petisi publik itu, Uus pasrah menerima pemutusan kontrak di acara Musik Inbox (SCTV) dan Opera Van Java (Trans 7). Tahun 2021, juga muncul petisi di laman change.org yang menyasar artis Ayu Ting Ting. Petisi bertajuk “Blacklist Ayu Ting Ting dari Dunia Pertelevisian” mendapat dukungan lebih dari 11.635 tanda tangan. Petisi yang diinisiasi Putri Maharani ini muncul pasca Ayu Ting Ting terekam kamera sedang menendang seorang talent saat live di acara TV 7. Berikutnya, tahun 2025, Abidzar Al Gifari juga mendapat kritik tajam dari warganet karena komentarnya pada para pendukung (*fansbase*) drama Korea yang disebut ‘fanatik’ dan ‘rasis’ (Rahmadani, 2025).

Dalam perkembangannya, *cancel culture* tak hanya menyasar para artis atau selebritis, namun juga menjerat banyak pihak, seperti politisi, pejabat publik, pengusaha, atau institusi seperti birokrasi, korporasi, dan lembaga penegak hukum (polisi, jaksa, hakim, atau pengacara). Bentuknya beragam, bisa berupa boikot individu (peleceh seksual/gender, bertindak narsis, rasis, bersikap haters/*buzzer*/*flexing*, atau bertindak sebagai aktor *doxing*); atau pemboikotan elite politik, pejabat publik atau tokoh masyarakat; pem-*black list*-an film,

acara televisi, siaran radio, atau podcast di kanal sosmed; atau pengucilan individu/kelompok tertentu yang di sebar melalui tagar di jejaring medsos.

Sebagai evolusi dari sanksi sosial, *cancel culture* saat ini telah bertransformasi penuh ke dalam ruang sosial-virtual. Proses virtualisasi ini tentu punya implikasi lebih masif dan destruktif, terutama pada pengguna medsos aktif (individu/kelompok) yang gemar berulah, mencari sensasi, bertindak seenaknya, atau berbuat *nyeleneh*. Pippa Norris (2023) misalnya, melihat *cancel culture* bisa membungkam perspektif alternatif, mengeliminasi sikap kritis, dan mengucilkan perdebatan bermutu. Sebagai gerakan budaya, banyak pihak juga melihat *cancel culture* sudah mengalami pergeseran orientasi: dari 'gerakan moral' (wakil suara minoritas, pengawal moralitas, dan penjaga etika komunikasi) menjadi sebuah 'gerakan politis' yang kerap dimanfaatkan politisi untuk menyerang lawan politik (Rozarina, 2021).

Berangkat dari latar dan identifikasi masalah di atas, kajian ini coba memotret kasus para pesohor yang terdampak *cancel culture* karena perilakunya dianggap telah mencederai norma dan etika sosial; sekaligus menyingkap implikasi sosial yang dihadapi para pesohor terdampak pasca dirinya menjadi korban *cancel culture*.

TINJAUAN PUSTAKA

Cancel culture memiliki definisi beragam. Ada yang menyebut sebagai ostrakisme modern; hukuman atau tekanan publik; pengucilan sosial; bentuk penarikan dukungan; mekanisme kontrol sosial; atau praktik pembatalan massal. Kamus Webster mendefinisikan *cancel culture* sebagai "praktik atau kecenderungan melakukan pembatalan massal untuk menunjukkan ketidaksetujuan dan memberikan tekanan sosial" (merriam-webster.com). Sementara Kamus Cambridge menyebut sebagai "cara berperilaku di mana orang menolak atau berhenti mendukung seseorang karena suatu alasan" (dictionary.cambridge.org).

Secara teoritis, fenomena *cancel culture* terkait dengan asumsi teori media baru (*new media theory*). Pasalnya, media baru berperan signifikan dalam memfasilitasi muncul dan berkembangnya *cancel culture* karena sifatnya yang aksesibel, *interactivity*, *intecnectivity*, bersifat terbuka, dan ada 'di mana-mana'. Kondisi ini memungkinkan penyebaran informasi yang menarik perhatian publik. Saat ini, medsos menjadi '*medium*' dengan ikon/fitur paling lengkap, canggih, dan secara personal dapat digunakan sebagai perangkat komunikasi (ruang interaksi dan arena partisipasi) publik yang bersifat kolektif-*multidirectional* (McQuail, 2011). Aksiologi ini memungkinkan pengguna medsos (netizen) menjadi entitas paling aktif dan agresif dalam mengekspresikan ketidaksetujuan, mengorganisir boikot, dan mengorkestrasi pengucilan sosial secara digital.

Teori *new media* fokus pada: (a) peran algoritma; (b) mekanisme viral (memperkuat amplifikasi isu yang memungkinkan isu tertentu menjadi sorotan massal); (c) menciptakan ruang publik virtual; (d) kontrol sosial berlangsung partisipatif, bahkan kerap tanpa filter; dan (e) efek kontrol sosial potensial memberi *out put* signifikan terhadap citra individu atau reputasi institusi; (f) pemanfaatan ruang publik digital sebagai sarana penghakiman moral atau *witch-hunting* (kampanye negatif terhadap individu/kelompok yang dianggap bersalah atau menyimpang, sering kali tanpa bukti kuat, hanya berdasarkan opini, asumsi, atau tuduhan yang belum terbukti) (Altamira & Movementi, 2023).

Seperti dikatakan oleh Pierre Lévy dalam *Cyberculture* (2010), media baru adalah satu ekosistem digital yang memiliki dua fungsi utama, yakni fungsi interaksi sosial dan fungsi integrasi sosial. Fungsi interaksi sosial fokus pada bagaimana media baru memfasilitasi interaksi, sementara fungsi integrasi sosial melihat bagaimana media baru mengonstruksi persepsi dan membentuk opini publik. *New media* juga memiliki karakteristik unik, seperti pengetahuan baru, lingkungan informasi yang dinamis (terbuka dan fleksibel), *world wide web* (www) sebagai elemen kunci, pola interaksi/komunikasi yang berbeda dengan media konvensional, bersifat partisipatif (memungkinkan setiap individu untuk terlibat penuh dalam pengambilan keputusan secara interaktif dan kolektif), serta eksploratif dan mitigatif terhadap implikasi sosial dan budaya yang dihasilkan dari perkembangan teknologi digital.

Disisi lain, Kaplan dan Haenlein (2010) menempatkan medsos sebagai entitas aplikasi berbasis jejaring internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0— yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten milik pengguna (postingan teks, gambar, video, infografis) yang di-*share* melalui platform medsos, blog atau situs web (*user-generated content*). Di samping itu, Quesenberry (2019) mendefinisikan medsos sebagai teknologi media yang termediasi, yang memungkinkan setiap pengguna berbagi ide, informasi, atau berita yang terhubung dalam satu ekosistem jejaring internet.

Relasi konseptual antara fenomena *cancel culture* dan teori media baru dapat dilihat dalam dua hal. *Pertama*, kemampuan *new media* dalam menyediakan infrastruktur teknologi yang memungkinkan *cancel culture* muncul, tumbuh, berkembang, dan berfungsi sebagai sarana kontrol sosial publik di ruang digital. *Kedua*, kemampuan *new media* dalam mengubah cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, mengonstruksi opini, dan menegakkan norma sosial melalui mekanisme partisipatif yang menjadi ciri khas dunia digital.

Studi tentang fenomena *cancel culture* yang ditelisik dari ragam sudut pandang sudah banyak dilakukan oleh para akademisi, peneliti atau pengamat, diantaranya adalah studi Waani dan Wempi (2022), studi Mayasari (2022), studi Jannatania (2022), studi Altamira dan Movementi (2023), studi Amalia, Untar, dan Arafah (2023), dan studi Kevin (2023). Untuk memudahkan pemetaan hasil studi terdahulu, temuan studi akan dielaborasi secara ringkas dalam Tabel 1.

Tabel 1: Penelitian terdahulu

Penulis/Topik/Penerbit	Fokus Bahasan/Metodologi	Temuan Menonjol
Waani & Wempi (2022): " <i>Cancel Culture as a New Social Movement</i> ". <i>American Journal of Humanities and Social Sciences Research</i> (AJHSSR), Vol. 5, No. 7, p. 266-270.	Gerakan penonton sebagai <i>new social movement</i> yang melahirkan #CancelNetflix/paradigma konstruktivis; metode kualitatif; teori <i>new media</i> .	Kritik film <i>Cuties</i> (yang dirilis Netflix) akibat konten cerita menormalisasi fenomena seks anak dan pornografi anak. Gerakan ini sukses melahirkan tagar #CancelNetflix pada September 2020.
Mayasari, F. (2022): " <i>Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media Terhadap Tokoh Publik di Media Sosial</i> ". <i>Journal of Communication and Society</i> , Vol. 1, No. 1, p. 27-44.	Analisis kasus <i>cancel culture</i> selebgram Rachel Vennya di Instagram/paradigma konstruktivis; metode analisis etnografi virtual; teori <i>media space</i> .	Terjadi pro-kontra (segregasi) pengguna Instagram menyikapi kasus <i>cancel culture</i> terhadap Rachel Vennya. Ruang virtual menjadi arena pertarungan pengaruh (kuasa) para <i>netter</i> .

Jannatania, et al (2022): “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Partisipasi Online Budaya Pengenyahan (<i>Cancel Culture</i>) di Indonesia”. <i>Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi</i> , Vol. 5, No. 2, p. 125-133.	Analisis pengaruh pengguna media sosial terhadap tingkat partisipasi online dalam budaya pengenyahan/paradigma objektivis; metode analisis kuantitatif (teknik nonprobabilitas kuota sampling).	Budaya pengenyahan memberi pengaruh positif pada partisipasi online pengguna Twitter, dan sebaliknya peningkatan partisipasi online pengguna Twitter juga didorong oleh menguatnya fenomena <i>cancel culture</i> .
Altamira & Movementi (2023): “Fenomena <i>Cancel Culture</i> di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur”. <i>Jurnal Vokasi Indonesia</i> , Vol. 10, No. 1, p. 37-45.	Analisis deskriptif fenomena <i>cancel culture</i> di Indonesia/paradigma konstruktivis; metode analisis deskriptif dengan pendekatan <i>literature study</i> .	Fenomena <i>cancel culture</i> di Indonesia belum memberi pengaruh signifikan terhadap publik figur terdampak. Kemunculan kembali mereka di sosial media menandai karir atau aktivitas sosmed mereka belum sepenuhnya berakhir.
Amalia, Untar, & Arafah (2023): “Mengungkap <i>Cancel Culture</i> : Studi Fenomenologis Tentang Kebangkitan dan Dampaknya di Era Digital”. <i>Innovative: Journal of Social Science Research</i> , Vol. 3, No. 4, p. 10384-10402.	Analisis fenomenologis kasus <i>cancel culture</i> pada artis dan <i>brand</i> di sosial media/paradigma konstruktivis, metode kualitatif; pendekatan analisis deskriptif-interpretif.	Keterhubungan individu di media sosial, anonimitas, efek massa, konten kontroversial, penyebaran informasi salah, dan opini publik adalah faktor kunci pemicu fenomena <i>cancel culture</i> di Indonesia.
Kevin, A. (2023): “Analisis Fenomena <i>Cancel Culture</i> dalam Etika ‘Klik’ Manusia di Era Digital Menurut F. Budi Hardiman”. <i>Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora</i> , Vol. 2, No. 2, p. 197-203.	Analisis fenomena <i>cancel culture</i> dalam etika komunikasi manusia era digital menurut F. Budi Hardiman/paradigma konstruktivis; metode riset kualitatif; analisis deskriptif.	Budaya pembatalan (mengumbar aib pihak lain) menjadi isu etika komunikasi digital yang telah mengaburkan batas-batas moral keberanian, kebenaran, dan kejujuran.

Melalui pemetaan hasil studi terdahulu, kajian ini memiliki landasan teoritis dan empiris untuk menganalisis *cancel culture* sebagai ekspresi perlawanan publik di ruang digital, baik dari sisi konsep, dinamika, dan implikasi sosial yang dihasilkannya. Di sisi lain, melalui tinjauan terdahulu, kajian ini dapat memosisikan perbedaan fokus kajian (*research gap*) dengan keenam hasil studi terdahulu (seperti telah diulas di atas), terutama perbedaan pendekatan analisis dan fenomena empiris yang digunakan sebagai latar kasus.

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan payung paradigma konstruktivis yang berciri kualitatif, subjektif, interpretif, dan deskriptif. Kajian kualitatif bergenre *social construction* ini menimba sumber datanya dari konten sosial media dan studi literatur terkait fenomena *cancel culture*. Studi literatur digunakan untuk memberi latar masalah (*setting of problem*) terkait fenomena *cancel culture* sebagai bentuk perlawanan publik di ruang digital. Adapun sumber data kajian sepenuhnya berasal dari berbagai konten sosial media dan artikel website. Metode analisis isi kualitatif dengan pendekatan induktif digunakan untuk menilai faktor penyebab munculnya *cancel culture* (opini, persepsi, penilaian, sikap, dan tindakan) dari para pengguna medsos (netizen).

Data yang diperoleh kemudian dianalisa dengan analisis tematik (*thematic analysis*) dari Miles dan Hubberman (1984) melalui langkah-langkah: pengumpulan dan pengorganisasian data, reduksi data, kategorisasi data, dan penentuan tema (*data display*) dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Seluruh penulis bertindak sebagai koder yang melakukan koding dari berbagai kasus yang muncul di media online. Untuk menjaga objektivitas dan meminimalisir bias penelitian, masing-masing koder terlebih dahulu melakukan koding secara independen dan kemudian secara bersama mendiskusikan hasilnya secara terbuka.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Sebagai fenomena era digital, *cancel culture* menghadirkan dilema terkait penggunaan medsos secara etis dan bertanggung jawab. Di satu sisi, *cancel culture* bisa menjadi kontrol publik untuk menegakkan etika dan norma sosial (kejujuran, kebenaran, dan keadilan), disamping sarana demokrasi digital, akuntabilitas publik, dan mendorong kesadaran sosial, pengawasan sosial, sekaligus memberi efek jera (*deterrent effect*)—terutama ketika hukum formal ragu bertindak dan sulit menjangkau.

Di sisi lain, *cancel culture* berpotensi menimbulkan dampak negatif, seperti eliminasi atas ide alternatif, membungkam sikap kritis, menyingkirkan perbedaan pendapat/ menutup ruang perdebatan, meniadakan ruang klarifikasi/ peluang rekonsiliasi, memperlebar konflik dan polarisasi sosial, instrumen pengucilan/intimidasi/teror kolektif, sarana pelanggaran privasi (*cyberbullying*), atau alat politisi untuk menyerang lawan politik. Beberapa kasus pesohor yang pernah menjadi korban *cancel culture*—akibat sikap dan perilakunya yang dianggap mencederai norma sosial atau melanggar etika sosial—coba diurai di bawah ini, sekaligus menyingkap implikasi sosial yang dihadapi pasca dirinya terdampak *cancel culture*.

Tabel 2: Kasus Cancel Culture di Indonesia

Pesohor	Ringkasan Kasus	Bentuk Cancel Culture
Nikita Mirzani (NM)	Dianggap terlibat dalam kasus pemerasan (sebesar 5 miliar) dan intimidasi terhadap Reza Gladys, seorang pengusaha Skincare	Warganet beramai-ramai memboikot NM melalui Petisi. Petisi boikot NM viral dan menjadi <i>trending topic</i> di Twitter. Petisi boikot NM ditandatangani oleh 120 ribu orang
Implikasi Sosial:		
- Petisi boikot Nikita Mirzani (dengan tagar “Damai Indonesiaku”) menuding NM sebagai Artis penyebar kebencian dan pembuat keributan. - Tagar boikot NM itu diberi kata pengantar berikut: “Seorang artis bernama Nikita Mirzani, akhir-akhir ini sering membuat keributan. Mulai dari ribut sesama artis, menghina umat Islam, membuka aib orang lain yang seharusnya tidak pantas, melakukan fitnah, bahkan pernah melakukan Victim Blaming terhadap korban kasus kekerasan seksual!” - Pada 4 Maret 2025, Polda Metro Jaya secara resmi menetapkan status penahanan NM dan asistennya (Mail Syahputera) di Rutan Polda Metro Jaya atas dugaan kasus pemerasan, pengancaman, dan tindak pidana pencucian uang (TPPU). - Komentar netizen: “Dia ga pantas jadi publik figur, contoh yang ga’ baik, teror sana sini, kufur nikmat, seolah dia yang pling hebat” (komen Tanti Aisyah); “Karena kelakuan dia dalam sosial media sudah melewati batas” (komen Rahma Wati); “Dia menebar kebencian” (komen Albin Enjel); “Banyak bacot, suka mengurus urusan orang, tukang fitnah, tukang adu domba, tidak patut ditiru sebagai artis, mulut		

<i>nya kotor” (komen Nur Azlin).</i>		
Pesohor	Ringkasan Kasus Kasus	Bentuk Cancel Culture
Raffi Ahmad (RA)	Dianggap publik besikap partisan (berpihak pada kelompok politik tertentu) dan tidak pro-rakyat	Mendapat kritik keras dan hujatan publik karena dianggap tidak pro-rakyat alias tidak ikut bersama mahasiswa dan seluruh elemen masyarakat dalam aksi demonstrasi massa menolak RUU Pilkada di DPR pada 22 Agustus 2024 lalu.
Implikasi Sosial:		
- RA mendapat kritik keras dan ancaman boikot publik karena—disamping pendukung setia Prabowo-Gibran—dirinya dianggap tidak menunjukkan keberpihakan pada rakyat melalui keterlibatab dslsm aksi demonstrasi massa menolak RUU Pilkada di DPR (22 Agustus 2024 lalu). - RA dianggap pendukung dinasti politik Jokowi. Ketidakhadirannya dalam aksi demonstrasi menolak RUU Pilkada sama nilainya dengan ikut mendukung dan memuluskan jalan Kaesang Pangarep (putra bungsu Jokowi) sebagai Calon Gubernur Jawa Tengah yang sedang diupayakan Jokowi dan pihak istana lewat ‘akal-akalan’ perubahan UU Pilkada tersebut. - Sebelumnya, RA juga pernah mendapat ancaman boikot publik karena dianggap terlibat dalam kasus pencucian uang Rafael Alun Trisambodo, pejabat Ditjen Pajak, Kementerian Keuangan RI. - Komentar netizen: “Dia ga sedang mendukung rakyat gaes dengan posting begini, dia sedang carmuk aja biar dikira peduli, plus sedang ngedorse Praroro” (komen @abcdef.y.o.u); Kontraknya berapa lama fi??” (komen akun @homemmemoo); “Di bayar berapa lu ampe segitunya ngebela rezim woy” (komen akun @raffinagita1717); “lu berdua gak cocok jadi panutan orang banyak!” (komen akun @hrlhannn); “Minimal kalo ga bisa turun mah ga usah upload begini. Ngapain woy pake logo Gibran ama Prabowo an**y. Syuting aja dah kata gua” (komen akun @dec3mgrul); “Gatau malu, apa hubungan ama logo Prabowo Gibran, ngeklaim implisit” (komen akun @hartoykatoy); “Udah sultan weee, kurang apalagi? Dibayar berapa satu post begini Kang Raffi?? Shame on you!!!” (komen akun @meytachoi).		
Pesohor	Ringkasan Kasus	Bentuk Cancel Culture
Prilly Latuconsina (PL)	Dianggap publik mengglorifikasi isu ‘independent women’.	Dihujat publik akibat <i>statement</i> -nya yang menyebut bahwa di Indonesia saat ini “lebih banyak perempuan independen, ketimbang cowok mapan yang jumlahnya cuma dikit”
Implikasi Sosial:		
- Latar hujatan publik pada PL berakar pada sensitivitas isu gender dan <i>gap</i> ekonomi, serta perbedaan persepsi tentang peran dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan dalam relasi yang bersifat dikotomis. PL dianggap tidak memahami persoalan, tidak proporsional, cenderung subjektif dan tendensius, serta menyederhanakan masalah: memandang negatif laki-laki, dan sebaliknya men-<i>declare</i> dirinya sebagai perempuan yang lebih unggul (<i>‘pick me girl’</i>). - <i>Statement</i>-nya mendapat kritik tajam di sosial media, karena PL membandingkan dua hal yang berbeda antara istilah ‘independen’ (untuk perempuan) dan istilah ‘mapan’ (untuk laki-laki). - Secara teoritis, PL tak memahami realitas sosiologis bahwa proses pencapaian kemapanan laki-laki lebih kompleks dibanding perempuan. - Komentar netizen: “Gak apple to apple sebetulnya. Mapan/nggak. Independen/nggak. That's it sebetulnya” (komen akun @ale***); “sebenarnya kata ‘mapan’ dan ‘independen’ adalah 2 hal yang berbeda” (komen akun @agi***); “She’s not wrong tho, tapi masalahnya ukuran mapannya cowok di mata lu kan ketika dia bisa nafkahn cewek?? Ga’ setara prosesnya” (komen akun @ann***); “Ga boong, prilly lg menghibur dirinya sendiri sbg wanita yg haus validasi krn bisa membeli semuanya sendiri” (komen akun @pwi***); “Iya iya kamu independent kurus cantik pinter sukses dll buat kamu udah y abis ini diem, berisik” (komen akun @apajadeh***); “Gue independent, tapi gue enggak berisik, Prill. Tuhan ngasih power bukan buat merendahkan yang lain, Prill,” (komen akun @you***).		

Pesohor	Ringkasan Kasus Kasus	Bentuk <i>Cancel Culture</i>
Ria Ricis (RR)	Kerjasama pembuatan iklan pema-saran dengan KFC Indonesia.	Kolaborasi pembuatan iklan adalah bentuk dukungan RR pada Israel. Ini memicu seruan boikot massal warganet, hingga kolom komentar akun Instagram milik RR ditutup.
Implikasi Sosial:		
- Akibat tindakannya yang tidak menimbang aspek psikologi publik, RR menjadi sasaran hujatan dan boikot warganet. - Seruan boikot meluas di akun Instagram, TikTok, Twitter/X, dan Facebook milik RR. Kolom komentar akun Instagram RR bahkan harus ditutup karena banyaknya kritik publik pada RR. - RR mendapat tekanan publik dan penurunan reputasi (citra diri) di mata penggemarnya. - Boikot RR juga berdampak pada penurunan transaksi bisnis KFC Indonesia, yang pada akhirnya mempengaruhi kerjasama/promosi konten iklan antara KFC Indonesia dengan RR. - Komentar netizen: “<i>Lanjut boikot, makin semangat boikot</i> (komen akun Son Marson); “<i>kfc sama Ricis juga wajib diboycot</i>” (komen akun Andithinyoongi); “<i>Ria Risrael</i>” (komen akun IS Pamungkas).		

Sumber: Data diolah dari berbagai sumber

Analisis Kasus. Kasus sejumlah pesohor yang pernah menjadi korban cancel culture sebagaimana yang dijelaskan di atas sebagai akibat sikap dan perilaku mereka yang dianggap mencederai norma sosial atau melanggar etika sosial. Dengan menggunakan analisis tematik terhadap data yang ada maka empat tema besar muncul sebagai penyebab cancel culture terhadap pesohor yaitu: pernyataan intimidatif, perbedaan sikap politik, isu kesetaraan gender dan dukungan Zionisme.

Pernyataan intimidatif. Komentar pesohor yang dipersepsi intimidatif diwakili oleh kasus Nikita Mirzani (NM). Sosok NM menurut netizen pantas diboikot lantaran sikapnya yang egois dan tak etis; kerap mengancam, menyerang, bahkan menghina orang lain yang dianggap mengusiknya. Contohnya, dalam kasus ini perseteruan viral antara NM dan Reza Gladys (RG). Kasus ini berawal dari ulasan negatif NM terhadap produk skincare milik RG di live TikTok (Gambar 2). RG tidak terima atas ulasan NM terkait produk skincarenya itu, lalu RG mencoba bernegosiasi dengan NM melalui asistennya, Mail Syahputra (MS). Dalam negosiasi tersebut, NM diduga meminta kompensasi sebesar 5 miliar agar NM tidak *review* produk skincare RG secara negatif di akun sosial mediana. Karena takut, RG kemudian mentransfer 4 miliar secara bertahap. Namun, karena merasa dirugikan, pada 3 Desember 2024, RG akhirnya melaporkan NM ini ke polisi (kompas.com, 2025).

Publik mengecam keras tindakan NM yang melakukan pemerasan dan intimidasi. Sikap NM yang terkesan kurang profesional (santai dan menantang saat diperiksa polisi, *dus* terkesan tidak menyesal atas perbuatannya) makin memicu sentimen publik. Kecaman publik secara massif tentu berdampak pada reputasi, citra, dan karir NM. Sebagai selebritas papan atas, dimata publik, NM seharusnya menjadi contoh yang baik. Kasus ini jelas akan dimaknai publik sebagai bentuk ‘penyalahgunaan popularitas diri untuk mengeruk keuntungan pribadi’. Kasus perseteruan NM dan RG ini membuka ruang diskusi lebih luas terkait etika bisnis dan penggunaan medsos yang lebih profesional dan proporsional di kalangan seleb papan atas, terutama terkait *review* produk dan penyelesaian sengketa.

Bagi selebritis lain, kasus ini tentu menjadi pelajaran, bahwa sikap *nyeleneh public figure* potensial memancing reaksi (efek kontrol sosial) publik dan berpotensi memurukkan

citra dan reputasi pribadi. Ruang publik digital memiliki hukum sosialnya sendiri: ia bisa berubah buas menjadi pemantik perdebatan, pemicu pro-kontra, bahkan penghakiman moral (*witch-hunting*). Dalam kasus NM vs RG, ruang digital juga menjadi arena segregasi sosial, yang membelah netizen dalam dua kelompok: pendukung langkah berani RG yang memproses hukum NM, dan kubu pendukung *review* dan kritik produk yang dilakukan NM sebagai kontrol publik. Sosok NM akhirnya harus menerima konsekuensi hukum akibat pernyataan dan sikapnya. NM harus pasrah diposisikan sebagai tersangka dan ditahan atas dugaan pemerasan, ancaman, dan tindak pidana pencucian uang. Meski pihak keluarga NM, termasuk anaknya, menawarkan diri sebagai penjamin agar NM tidak ditahan, namun polisi menolak permintaan keluarga, dan tetap menahan NM.



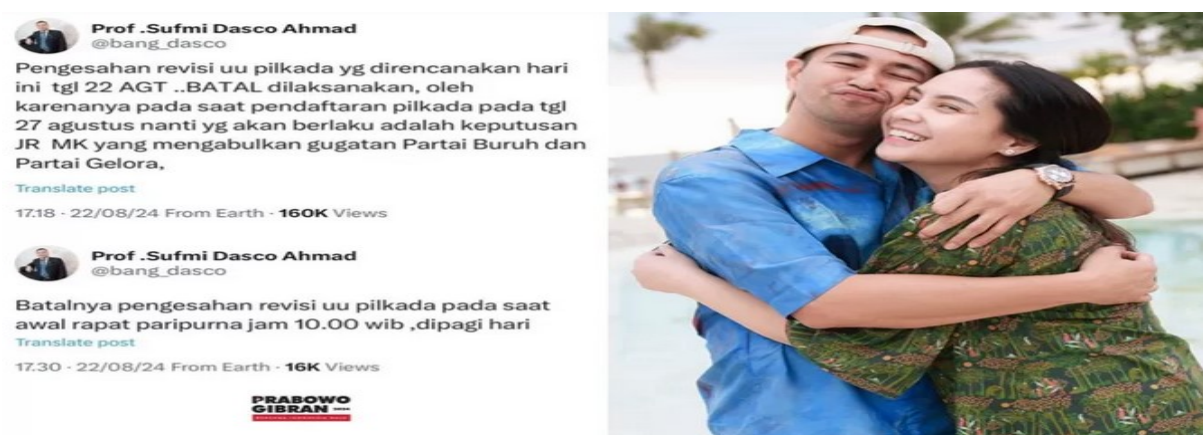
Gambar 2. Perseteruan Dengan Reza Gladys yang Berujung Penahanan Nikita Mirzani
Sumber: Tangkapan layar diambil dari berbagai sumber

Perbedaan sikap politik. Tema ini diwakili oleh kasus Rafi Ahmad (RA) yang memiliki sikap politik berseberangan dengan netizen yang anti pemerintah (Gambar 3). Latar kasus RA bernuansa 'politis'. RA disorot karena dirinya dianggap tidak pro-rakyat terkait isu penolakan revisi UU Pilkada. RA, di mata publik, RA berbeda dengan Reza Rahadian, Joko Anwar, Ari Kriting, Abdur Arsyad, atau Bintang Emon yang bersikap pro-rakyat. Mereka bersama elemen *civil society* turun gunung menolak revisi UU Pilkada. Padahal, jika RA selaku selebriti/influencer ternama (dengan lebih dari 70 juta follower di Instagram) juga turun gunung bersama masyarakat menolak UU Pilkada, tentu bisa memengaruhi opini dan sikap pemerintah. Problemnya, posisi politik RA dan para pesohor lain, seperti Baim Wong, Atta Halilintar, Gading Marten, Ferry Maryadi, Marshel Widiyanto sudah terlanjur di cap sebagai barisan selebriti pendukung pemerintah.

Kasus RA diawali unggahan tangkapan layar cuitan Wakil Ketua DPR RI, Sufmi Dasco Ahmad: "*pengesahan revisi UU Pilkada batal dilaksanakan*" di Instagramnya. Dalam unggahannya, RA juga menambahkan logo "Prabowo Gibran 2024, Indonesia Maju", yang oleh netizen dianggap sebagai bentuk dukungan politik dirinya kepada pemerintah. RA juga terpantau netizen ikut menemani Wapres terpilih, Gibran Rakabuming, dan para pejabat pemerintahan lainnya saat rombongan itu melakukan kunjungan ke Bandung. Kunjungan di tengah aksi demonstrasi penolakan revisi UU Pilkada yang diikuti mahasiswa, elemen *civil society*, dan berbagai kelompok masyarakat di depan gedung DPR Jakarta itu dianggap sebagai bentuk ketidakpedulian RA terhadap penolakan publik terkait revisi UU Pilkada.

Realitas politik itu menimbulkan persepsi negatif publik: RA dianggap pro-pemerintah yang tengah menjadi sorotan publik sebagai inisiator revisi UU Pilkada. RA akhirnya menerima kecaman dan hujatan publik sebagai sosok selebritis ‘penjilat’.

Banyak penggemar RA yang kecewa dengan sikap politik RA yang mendukung kebijakan pemerintah. Kekecewaan itu diekspresikan followernya dengan meng-*cancel* akun RA. Dalam waktu seminggu, terjadi penghakiman massa. RA kehilangan 300.000 follower di akun Instagramnya, 150.000 di akun Twitternya, dan 100.000 di akun TikToknya. Fenomena *unfollow* massal ini menjadi salah satu contoh nyata bagaimana *cancel culture* beroperasi senyap, namun masif, terutama jika terkait dengan isu-isu politik sensitif (Ernawati, 2024).



Gambar 3. Postingan Raffi Ahmad yang Menjadi Penyebab Hujatan Netizen
Sumber: beritapopuler.co.id, 2024

Isu gender. Tema ini diwakili oleh kasus Prilly Latuconsina (PL). Latar masalah hujatan publik terhadap PL berakar dari pernyataan PL terkait sensitivitas isu gender dan kondisi sosial ekonomi masyarakat, serta perbedaan persepsi tentang peran dan tanggung jawab hubungan laki-laki dan perempuan. *Statement*-nya yang kurang terukur menjadi diskursus di ruang publik digital. *Statement* PL menjadi kontroversi akibat ungkapannya: "di negara ini *banyak cewek independen, tapi cowok mapan dikit. Itu data valid loh*". Pernyataan PL yang diunggah di video sosial X (Selasa, 19 November 2024) dipersepsi netizen sebagai frasa yang berpotensi men-generalisasi dan men-simplifikasi persoalan secara tidak adil dan *imbalance*, merendahkan kaum laki-laki, yang memicu komentar negatif dan reaksi keras publik di sosial media (tempo.co, 2024).

PL beropini bahwa banyak perempuan saat ini mandiri secara finansial dan mampu menopang hidupnya, sementara laki-laki mapan masih sedikit (Gambar 4). Ia juga menekankan pentingnya mencari pasangan yang mendukung kesuksesan perempuan, bukan yang *insecure* dan berpotensi meninggalkan mereka. Netizen menilai *statement* PL tidak seimbang karena membandingkan dua hal yang berbeda antara ‘independen’ dan ‘mapan’; dan proses mencapai keamanan laki-laki berbeda dan lebih kompleks ketimbang perempuan, sehingga *statement* PL dianggap bernuansa konotatif, subjektif, tendensius, bias, dan simplistik.

Hujatan publik juga dipicu oleh (*mis*)persepsi bahwa PL seolah menggeneralisasi dan menilai negatif laki-laki, bahkan ada yang menyebutnya sebagai perempuan yang mencari validasi berlebihan (*pick me*). Kontroversi ini menjadi viral dan memunculkan perdebatan

luas mengenai isu kesetaraan gender, peran ekonomi (perempuan) dalam relasinya dengan laki-laki, serta problem stereotip perempuan dalam konteks sosial budaya di Indonesia.



Gambar 4. Menyeuarakan 'Wanita Independen' Vs 'Laki-laki Mapan (yang Masih Sedikit)'
Sumber: harapanrakyat.com, 2024

Pro-Zionisme. Kasus Ria Ricis (RR) mewakili kebencian sebagian netizen terhadap pesohor yang dipersepsi pro-Zionisme. RR adalah selebgram sekaligus influencer yang memiliki 43,5 juta subscriber di YouTube, 602 ribu pengikut di Twitter, 74,7 ribu follower di Instagram, dan 43,9 juta penggemar di TikTok. Seruan boikot pada RR diawali dari informasi kerjasama pembuatan iklan antara RR dengan KFC Indonesia. Kerjasama itu diunggah secara live di TikTok dan promo giveaway di akun milik KFC Indonesia (Maret 2024). Publik berpersepsi *colab* promo iklan RR dengan KFC Indonesia melanggar etika politik, prinsip kemanusiaan, dan sikap solidaritas rakyat Indonesia pada bangsa Palestina (Gambar 5). Bagi warganet, KFC adalah jejaring bisnis global yang terafiliasi dengan kepentingan bisnis Israel (katadata.co.id, 2024).



Gambar 5. Postingan KFC yang Melatari Serukan Boikot Publik Terhadap Ria Ricis
Sumber: suara.com, 2024

Meski KFC Indonesia dikelola secara terpisah (dan pernah menyumbang bantuan 1,5 miliar untuk Palestina), namun publik tetap menilai kolaborasi pembuatan iklan itu sebagai bentuk dukungan RR pada gerai internasional jejaring Israel. Inilah pemicu kecaman yang menggema di ruang digital pada sosok RR, hingga kolom komentar Instagram RR ditutup

akibat derasnya kritik publik. Data penjualan tahun 2023 menyebut, PT. Fast Food Indonesia Tbk mengalami kerugian besar (senilai 152,42 miliar) akibat boikot massif publik, delapan kali lipat lebih besar dibanding tahun 2022 (sebesar 17,16 miliar) (katadata.co.id, 2024).

Hasil analisis terhadap kasus yang diwakili empat pesohor di atas menunjukkan, *cancel culture* adalah budaya yang menekankan pada tanggung jawab sosial individu, kelompok, institusi, atau korporasi atas tindakannya. Meski bertujuan untuk menegakkan akuntabilitas dan keadilan sosial, namun penerapan *cancel culture* yang berlebihan akan memberi efek negatif jangka panjang, seperti dialami para pesohor seperti telah diulas di atas. Melalui pemahaman *cancel culture* secara akademis, para *user* aktif medsos bisa mencegah dampak negatifnya, *dus* mempromosikan penggunaan medsos secara lebih bijak, literatif, waspada, dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Empat tema besar muncul sebagai penyebab *cancel culture* terhadap pesohor yaitu: pernyataan intimidatif, perbedaan sikap politik, isu kesetaraan gender, dan pro-Zionisme. Ke empat tema tersebut menjadi penyebab munculnya perlawanan netizen sebagai respons terhadap pengguna medsos yang melakukan pelanggaran moral atau etika sosial di ranah digital. *Cancel culture* dapat berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial yang menuntut akuntabilitas para pengguna medsos, terutama pesohor dan tokoh publik yang punya pengaruh besar. Melalui boikot, kecaman, pengucilan, atau pengenyahan digital, publik digital dapat menyuarakan ketidaksetujuan mereka secara efektif, cepat, dan masif.

Di satu sisi, *cancel culture* melahirkan dilema terkait penggunaan medsos secara etis dan bertanggung jawab. Banyak pihak bersepakat, *cancel culture* adalah sarana kontrol publik dalam menegakkan norma sosial, etika digital, demokrasi digital, akuntabilitas digital serta menghindari potensi penghakiman sosial dan dampak psikologis bagi korban. Di sisi lain, *cancel culture* juga menyimpan potensi negatif, seperti menutup ide alternatif, perbedaan gagasan, sikap kritis, peluang klarifikasi/rekonsiliasi; serta memperlebar jurang konflik dan polarisasi/segregasi sosial, *witch-hunting*, atau menyuburkan budaya pengucilan, intimidasi, teror, *cyberbullying*, dan sarana penyerangan lawan politik.

Cancel culture mencerminkan dinamika baru dalam interaksi sosial di era digital, dimana kekuatan kolektif netizen dapat mengubah nasib seseorang atau entitas tertentu secara signifikan. Secara lebih reflektif, *cancel culture* bukan hanya soal budaya pembatalan atau kultur pengenyahan, tetapi ia juga cerminan dari kompleksitas relasi antara kekuasaan publik, kebebasan berekspresi, dan etika sosial dunia digital yang serba relatif saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Altamira, Melisa Bunga, & Movementi, Satwika Gemala (2023). Fenomena Cancel Culture di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 10(1), 37-45. <https://doi.org/10.7454/jvi.v10i1.1177>.
- Amalia, Witrie, Untari, Feriana Indah, & Arafah, Safira Nur (2023). Mengungkap Cancel Culture: Studi Fenomenologis Tentang Kebangkitan dan Dampaknya di Era Digital.

- Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 10384–10402. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4483>.
- bbc.com (2021, September 08) *Glorifikasi Saipul Jamil Bebas Dari Penjara: Perlukah aturan pembatasan gerak bekas pelaku kejahatan seksual di ruang publik?* Retrieved on <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-58460450>.
- beritapopuler.co.id (2024, Agustus 25). *Viral, Muncul Seruan Boikot Raffi Ahmad Karena Postingan di Instagram*. Retrieved on <https://beritapopuler.co.id/viral-muncul-seruan-boikot-raffi-ahmad-karena-postingan-di-instagram/>
- Chanel, Sheriden (2017, December 07). *Metoo Creator Tarana Burke Makes TIME's Person of Year List*. A Retrieved on <https://www.xonecole.com/metoo-creator-makes-times-person-year-list-continues-inspire-women-everywhere-use-voices/>
- Corbett, Holly (2022, October 27). *#MeToo Five Years Later: How The Movement Started And What Needs To Change*. Retrieved on <https://www.forbes.com/sites/hollycorbett/2022/10/27/metoo-five-years-later-how-the-movement-started-and-what-needs-to-change/>
- Dinantika, Aulia Rachma (2021, December 13). *Petisi Boikot Nikita Mirzani Tembus 50.000 Tanda Tangan, Warganet: Dia Gak Pantas Jadi Publik Figur*. Retrieved on <https://seputarlampung.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-973220049/petisi-boikot-nikita-mirzani-tembus-50000-tanda-tangan-warganet-dia-gak-pantas-jadi-publik-figur>.
- Ernawati, Wiwiek Tri (2024, August 28). *Fenomena Cancel Culture pada Raffi Ahmad, Dampak Politik dan Unfollow Massal di Media Sosial*. Retrieved on <https://www.kompasiana.com/wiwiktrier/fenomena-cancel-culture-pada-raffi-ahmad-dampak-politik-dan-unfollow-massal-di-media-sosial?page=2>.
- Gardner, Abby (2025, April 08). *A Complete Breakdown of the J.K. Rowling Transgender-Comments Controversy*. Retrieved on <https://www.glamour.com/story/a-complete-breakdown-of-the-jk-rowling-transgender-comments-controversy>.
- harapanrakyat.com (2024, November 20). *Usai Menyuarakan Tentang Wanita Independen, Prilly Tuai Hujatan dari Netizen*. Retrieved on <https://www.harapanrakyat.com/2024/11/usai-menyuarakan-tentang-wanita-independen-prilly-tuai-hujatan-dari-netizen/>
- Hasanah, Hasyim (2017). *Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*. *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>.
- Jannatania, Jasmin, et. al. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Partisipasi Online Budaya Pengenyahan (Cancel Culture) di Indonesia*. *Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 125-133. <http://dx.doi.org/10.31602/jm.v5i2.7690>.
- Kaplan, Andreas M., & Haenlein, Michael (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Katadata.co.id (2024, March 13). *Warganet Serukan Boikot YouTuber Ria Ricis karena KFC Indonesia*. Retrieved on <https://katadata.co.id/digital/teknologi/65f141888c205/warganet-serukan-boikot-youtuber-ria-ricis-karena-kfc-indonesia>.

- Kevin, Alfredo (2023). Analisis Fenomena Cancel Culture dalam Etika “Klik” Manusia di Era Digital Menurut F. Budi Hardiman. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2), 197–203. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i2.1930>.
- kompas.com (2025, March 05). Nikita Mirzani Ditahan atas Kasus Apa? Ini Kronologi Lengkap. Retrieved on <https://www.kompas.com/jawa-tengah/read/2025/03/05/080541188/nikita-mirzani-ditahan-atas-kasus-apa-ini-kronologi-lengkapnya>.
- konde.com (2024, November 21). Prilly Latuconsina Dihujat soal ‘Cewek Independen’: Waspada Internalized Misogyny. Retrieved on <https://www.konde.co/2024/11/prilly-latuconsina-dihujat-soal-cewek-independen-waspada-internalized-misogyny/>
- Levy, Pierre (2010). *New Media: Teori dan Aplikasi* (Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Mayasari, Fitria (2022). Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media Terhadap Tokoh Publik di Media Sosial. *Journal of Communication and Society*, 1(1), 27-44. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>.
- McQuail, Denis (2011). *Teori Komunikasi Massa* (Edisi 6, Buku 1). Jakarta: Salemba Humanika.
- Merrigan, Tara Wanda (2014, April 01). *Colbert's Epic Response to #CancelColbert, and Other News a Man Needs to Know Today*. Retrieved on <https://www.gq.com/story/cancel-colbert-response>.
- Norris, Pippa (2023). Cancel Culture: Myth or Reality? *Political Studies*, 71(1), 145-174. <https://doi.org/10.1177/00323217211037023>.
- Park, Suey, & Kim, Eunsong (2014, March 28) *We Want To #CancelColbert*. Retrieved on <https://time.com/42174/we-want-to-cancelcolbert/>
- Rahmadani, D. (2025, February 18) *Selebritas Tanah Air yang Pernah Terjerat Cancel Culture*. Retrieved on <https://kalanganjambi.pikiran-rakyat.com/selebritas-film/pr-3829075051/selebritas-tanah-air-yang-pernah-terjerat-cancel-culture>.
- tempo.co (2021, December 13). *Dapat Petisi Boikot, Nikita Mirzani Ajak Netizen Ramai-ramai Tanda Tangan*. Retrieved on <https://www.tempo.co/hiburan/dapat-petisi-boikot-nikita-mirzani-ajak-netizen-ramai-ramai-tanda-tangan-445190>.
- tempo.co (2024, August 22) *Masyarakat Sipil Bersatu dari Mahasiswa hingga Aktivis Gelar Demo Protes DPR Soal Putusan MK*. Retrieved on <https://www.tempo.co/politik/masyarakat-sipil-bersatu-dari-mahasiswa-hingga-aktivis-gelar-demo-protos-dpr-soal-putusan-mk-17090>.
- tempo.co (2024, August 23). *Panen Kritikan Netizen karena Unggahan Soal Revisi UU Pilkada, Raffi Ahmad Klarifikasi*. Retrieved on <https://www.tempo.co/hiburan/panen-kritikan-netizen-karena-unggahan-soal-revisi-uu-pilkada-raffi-ahmad-klarifikasi-16475>.
- tempo.co (2024, November 20). *Prilly Latuconsina Kena Hujat Usai Sebut "Banyak Cewe Independen Tapi Cowo Mapan Dikit"*. Retrieved on <https://www.tempo.co/hiburan/prilly-latuconsina-kena-hujat-usai-sebut-banyak-cewe-independen-tapi-cowo-mapan-dikit-1171139>.
- Quesenberry, Keith A. (2019). *Social Media Strategy Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution*. London: Rowman & Littlefield Publishers.
- viva.co.id, 2024 / viva.co.id (2024, August 23). *Netizen Ramai Serukan Boikot dan Unfollow Raffi Ahmad, Kenapa?* Retrieved on <https://www.viva.co.id/showbiz/gosip/1745192-netizen-ramai-serukan-boikot-dan-unfollow-raffi-ahmad-kenapa?page=2>

- Vox Media (2020) *Why We Can't Stop Fighting About Cancel Culture*. Retrieved on <https://www.vox.com/culture/2019/12/30/20879720/what-is-cancel-culture-explained-history-debate>.
- Waani, Maxin Sydney, & Wempi, Jefri A. (2022) *Cancel Culture as a New Social Movement*. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(7), 266-270. <https://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/2021/07/ZF2157266270.pdf>.