

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Suatu penelitian, tentunya bukan hanya sebatas untuk penelitian. Akan tetapi dibutuhkan tinjauan pustaka yang salah satunya terdiri dari penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu diperlukan dalam penelitian agar peneliti dapat secara efektif melanjutkan maupun kritik membangun dari apa yang telah orang lain lakukan dan menemukan kebaruan dari penelitiannya.¹

Adapun berikut ini merupakan referensi penelitian terdahulu yang akan digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian terdahulu pertama yang peneliti gunakan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Aulia Ayu Fernanda, Hermi Susiatiningsih, dan Muhammad Faizal Alfian, dengan judul “Eksistensi Gerakan Boikot Produk Prancis sebagai Respon Terhadap Majalah Charlie Hebdo dan Islamophobia di Prancis” yang dimuat dalam *Journal of International Relations*, Vol. 8, Nomor 2, 448-461, (2022). Penelitian ini menggunakan teori gerakan sosial baru atau *new social movements*, dengan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini membahas tentang munculnya eksistensi dari gerakan boikot produk Prancis sebagai perlawanan atas hasil terbitan Charlie Hebdo sebagai salah satu wujud dari gerakan sosial

¹ Kristiana, T., et al. (2018). *Metode Penelitian Sosial*. Palangka Raya: Lembaga Literasi Dayak. Hal. 89

untuk mengejar suatu kepentingan melalui tindakan kolektif. Berbagai seruan dari berbagai negara timur tengah seperti Arab Saudi, Qatar, Maroko, Turki, Irak, Palestina, Libia, Suriah, dan lainnya. Gerakan sosial baru ditunjukkan melalui hastag *#BoycottFranceProducts*, yang bertujuan melakukan *framing* terhadap produk Prancis untuk membatasi agenda anti-Islam yang diusung Macron. Tindakan ini dilakukan sebagai bentuk protes kepada pembelaan dari Presiden Emmanuel Macron atas hak yang menggambarkan kartun Nabi Muhammad. Alhasil terjadi pemboikotan barang-barang Prancis seperti produk susu, kosmetik, label *fashion*, jaringan supermarket, dan dampak politik yakni ketegangan Presiden Turki (Erdogan) dengan Presiden Prancis (Macron).

2. Penelitian terdahulu kedua yang peneliti gunakan selanjutnya adalah penelitian oleh Alexei Wahyudiputra, Abdika Taslih A., dan Diaz Adrian yang berjudul "*The Weinstein Effects: Forecasting The Genesis of Cancel Culture in Hollywood Industry*", yang dimuat dalam *Anaphora: Journal of Language, Literary, and Cultural Studies*, Vol. 4, No. 1, (2021). Penelitian ini membahas tentang *cancel culture* atau budaya batal sebagai tindakan untuk memboikot seseorang karena melakukan atau mengatakan suatu hal yang tidak menyenangkan bahkan menyinggung. Penelitian ini memberikan kronologis dari skandal Harvey Weinstein yang menjadi pelaku pelecehan seksual dan menjadi titik utama memunculkan awal gerakan *Me Too Movement*. *Me Too* merupakan gerakan yang sebagian besar dilakukan perempuan untuk berbagi

pengalaman pelecehan seksual yang mereka alami. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mensintesis fenomena *Weinstein Effects* di industri *Hollywood* melalui *power genesis* Foucault dan histeresis budaya dalam pemahaman Bourdieusian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *cancel culture* dilakukan oleh sekumpulan orang ketika seseorang bertentangan dengan norma. Contohnya fenomena *Me Too Movement* yang pertama kali muncul oleh Tarana Burke pada tahun 2005, dan menjadi populer pada tahun 2017 oleh aktris Alyssa Milano atas skandal Harvey Weinstein.

3. Penelitian terdahulu yang ketiga dalam penelitian ini adalah penelitian oleh Yayang Eka J. S., Yuhastina, dan Nurhadi dengan judul "*Cancel Culture Kasus Kekerasan Seksual di Kalangan Followers Autobase Twitter @areajulid*", yang dimuat dalam *Journal Civic and Social Studies*, Vol. 6, No. 1, 37-43, (2022). Penelitian ini meneliti fenomena *cancel culture* dan keberadaan sosial media dapat menjadi suatu alat pengendalian sosial. Dinamika atas segala isu membangkitkan netizen untuk membantu korban kekerasan seksual memperoleh keadilan melalui sanksi sosial seperti *cancel culture*. Penelitian ini menggunakan teori pengendalian sosial, dan dengan menggunakan metode kualitatif fenomenologis, serta menggunakan teknis analisis data Miles dan Huberman. Hasil dari penelitian ini menyampaikan bahwa fenomena *cancel culture* dari sudut pandang *followers* menjadi ruang publik baru bagi khalayak umum untuk menyuarakan pendapat secara objektif. 5 dari

7 narasumber penelitian menganggap bahwa *cancel culture* bernilai positif. Sedangkan sisanya beranggapan bahwa sisi negatif dari *cancel culture* ini memuat banyak ungkapan kata kasar dan makian. Berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari narasumber tersebut, *cancel culture* dapat menjadi pengendalian sosial yang mengarah kepada pembatasan tindakan pelaku karena tidak sesuai dengan nilai dan norma sosial.

4. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Athika Dwi W. U., dengan judul “*Fenomena Cancel Culture Dalam Perspektif Konstruksi Disonansi Kognitif dan Keseimbangan Warganet di Sosial Media*”, yang dimuat dalam *Deskovi: Art Design Journal*, Volume 5, Nomor 1, 52-60, (2022). Penelitian ini meneliti fenomena *cancel culture* yang dinilai sebagai sebuah gerakan sosial yang dilakukan oleh netizen atau warganet dengan mengambil studi kasus viral yang terjadi di sosial media. Dua kasus viral yang diangkat dalam penelitian ini adalah kasus kaburnya Rachel Vennya dari karantina pada masa pandemi, dan kasus *gaslighting* dan tindakan aborsi selebritas Korea Selatan yang bernama Kim Seon Ho. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi kasus dengan paradigma konstruktivis, dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Disonansi Kognitif. Pengumpulan data terdiri dari data primer berupa studi literatur dan analisis dokumen yang relevan terhadap kedua kasus dalam sosial media *instagram* dan *twitter*, dan data sekunder yang diambil dari hasil studi literatur dan pustaka untuk memperkuat

hasil analisis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemunculan fenomena *cancel culture* ini mempengaruhi pembentukan dua kubu warganet yaitu kubu pro dan kubu kontra. Terbentuknya kubu tersebut terpengaruhi oleh peran dari selebritas itu sendiri yang dijadikan warganet sebagai contoh ideal bagi masyarakat. Sehingga melalui fenomena *cancel culture* yang terjadi dalam dua kasus ini ditemukan bahwa kedua kubu berusaha mengurangi disonansi melalui perubahan sikap (*change action*), mengubah apa yang diyakininya (*change belief*), dan menganggap hal tersebut sebagai suatu hal yang biasa (*change action perception*).

5. Penelitian terdahulu selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Cendera Rizky B., dan Nareswari Kumaralalita dengan judul “*Kim Seon Ho, You Are Cancelled: The Collective Understanding of Cancel Culture*”, yang dimuat dalam *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 11, Nomor 1, 1-10 (2022). Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana fenomena *cancel culture* yang diambil dari beberapa kasus selebritas dan utamanya dari kasus Kim Seon Ho dimaknai dari partisipan yang terlibat. Penelitian ini menggunakan perspektif pengguna media sosial sebanyak 6 partisipan yang berasal dari Gen Z dengan menggunakan metode kualitatif dari pengumpulan data melalui wawancara dan *focus group discussion* (FGD). Penelitian ini mengkaji pemahaman kolektif mengenai fenomena *cancel culture* atas kasus Kim Seon Ho, bahwa *cancel culture* ini memiliki dualitas (positif dan negatif)

namun tergantung bagaimana untuk menyikapinya sebagai posisi korban maupun sebagai warganet. Menurut *cancel culture* dapat dilakukan dengan cara yang bersifat asertif, bukan reaktif.

Hal-hal yang membedakan dalam penelitian ini yang berjudul “Tren *Cancel Culture* Komunitas Perempuan Terhadap Zavilda TV”, jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang dijadikan perbandingan adalah tidak adanya fokus pada komunitas sebagai kajiannya. Penelitian ini mendasarkan pada perilaku kolektif yang dimiliki Komunitas Perempuan dalam tren *cancel culture* yang belum ditemukan dalam penelitian terdahulu. Beberapa penelitian di atas cenderung mengarah kepada *cancel culture*-nya, namun tidak melibatkan perilaku kolektif dari suatu komunitas yang ada di masyarakat.

Penelitian ini juga menggunakan peristiwa-peristiwa terbaru dengan lokasi yang berbeda dengan penelitian terdahulu. Sehingga hal ini menjadi menarik untuk meneliti Komunitas Perempuan ini sebagai objek penelitian, dan diharapkan akan memberikan pengetahuan serta pemahaman untuk mengembangkan kajian ilmu sosiologi.

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Media Sosial (*Social Media*)

Terjadinya perubahan di dalam struktur sosial merupakan salah satu dari proses sosial yang tidak lepas karena adanya kegiatan interaktif antar individu. Proses sosial dapat diartikan sebagai pengaruh yang

sifatnya timbal balik dari keterhubungannya antara unsur-unsur sosial utama seperti kaidah sosial, lembaga sosial, maupun kelompok dan berbagai lapisan sosial.²

Erving Goffman berpendapat bahwa terbentuknya masyarakat dapat terjadi karena dimulai dengan interaksi antar individu. Maka dari itu, interaksi sudah menjadi bagian terhadap landasan praktis, bukan secara teoritis semata.³ Pesatnya kemajuan teknologi ini juga memwadahi bentuk-bentuk interaksi secara virtual melalui media sosial. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia ini tidak lepas dari perkembangan telepon seluler.

Badan Pusat Statistik (BPS) dari hasil pendataan Survei Susenas 2021, bahwa sebanyak 62,10% populasi Indonesia telah mengakses internet. Kemudian pada tahun yang sama, tercatat sebanyak 90,54% rumah tangga di Indonesia telah memiliki atau dapat menggunakan sedikitnya satu akun pribadi.⁴

Menurut pendapat Andilka bahwa media sosial adalah salah satu platform yang menjadikan penggunanya dapat menuangkan identitas dirinya dengan *sharing*, melakukan interaksi, berkomunikasi dengan individu lainnya, serta mewujudkan ikatan sosial secara virtual

² Mahyuddin. (2019). *Sosiologi Komunikasi (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Makassar: Shofia. Hal. 3

³ Xiao, A. (2018). Konsep Interaksi Sosial Dalam Komunikasi, Teknologi, Masyarakat. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, Vol. 7, No. 2, 94-99.

⁴ Badan Pusat Statistik. (n.d). "Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021" *bps.go.id*. <https://www.bps.go.id/publication/2022/09/07/bcc820e694c537ed3ec131b9/statistik-telekomunikasi-indonesia-2021.html>, diakses pada 09 Oktober 2022

menggunakan internet.⁵ Media sosial pada umumnya memiliki fungsi sebagai sarana peroleh informasi, pendidikan, dan hiburan sebagai produk dari teknologi yang menjembatani proses sosial.

Berdasarkan pada hasil survei perilaku penggunaan internet yang dilakukan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, ditemukan bahwa konten internet yang pertama adalah media sosial sebanyak 89,15% dan disusul sebanyak 73,86% *chatting online*.⁶ Kini, siapapun dapat menggunakan media sosial sebagai akses memperoleh informasi dan komunikasi. Penggunaan media sosial ini tidak membatasi pada struktur sosial yang dimiliki individu maupun kelompok.

2.2.2 *Post Truth*

Post truth adalah suatu rentang masa yang dimana massa di masyarakat lebih cenderung mengabaikan fakta dan kebenaran. Masa *post truth* adalah masa dimana masyarakat sebagai pengguna media sosial lebih mempercayai berita atau informasi bohong. Tidak adanya kerangka moral dan kebajikan secara universal dalam acuan bersama.⁷

Kondisi *post truth* dapat menjadi ancaman terhadap ranah kajian keagamaan termasuk di dalamnya kajian terhadap akidah dan tatanan

⁵ Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS*, Vol. 3, No. 1, 1-9.

⁶ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (n.d). "Survei Profil Internet Indonesia" *apjii.or.id*. <https://apjii.or.id/survei/surveiprofilinternetindonesia2022-21072047>, diakses pada 09 Oktober 2022

⁷ Suharyanto, C. E. (2019). Analisis berita hoaks di era post-truth. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, Vol. 10, No. 2, 37-49.

moral. *Post truth* ini dapat merusak pola nilai masyarakat terhadap suatu fenomena yang terjadi. Karena dalam *post truth* itu sendiri, nilai-nilai kebenaran diabaikan dan tidak berlandaskan pada proses yang valid.⁸

Istilah *post truth* dalam *Oxford Dictionary* bahwa *post* artinya setelah, dan *truth* artinya *quality or state of being true* (kualitas atau dalam keadaan benar atau kebenaran). Jadi *post truth* artinya setelah atau paska kebenaran. Karena dalam rentang dewasa ini, penggunaan akal dalam pengamatan fakta menjadi tidak penting dalam mempengaruhi opini, pemikiran, maupun perilaku publik.

Ada lima kebaruan yang menandai era *post truth*, antara lain:

1. Luasnya akses terhadap konten informasi berkat dukungan digitalisasi komunikasi dewasa ini;
2. Masyarakat dapat membuat informasi sendiri melalui media sosial karena adanya demokratisasi media dan jurnalisme warganet;
3. Masyarakat semakin rentan menerima informasi yang keliru karena berkembang komunitas-komunitas yang memiliki aliran paham yang sama (se-ideologi);
4. Teknologi saat ini telah merancukan kebenaran karena sesuatu yang viral dianggap lebih penting daripada kualitas dari nilai informasi dan etika; dan
5. Kebenaran menjadi nomor dua.⁹

⁸ Adzfar, Z. (2021). Kebenaran di Era Post-Truth dan Dampaknya bagi Keilmuan Akidah. *FIKRAH*, Vol. 9, No. 2, 265-282.

⁹ Suharyanto, C. E. (2019). Analisis Berita Hoaks di Era Post-Truth: Sebuah Review. *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi*, Vol. 10, No. 2, 37-49.

2.2.3 Selebritas

Penggunaan media sosial yang tidak membatasi latar belakang sosial penggunanya ini tentu membuat siapa saja dapat menuangkan identitas dirinya melalui internet, salah satunya selebritas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), selebritas merupakan bentuk baku dari kata selebriti; selebritis. Dengan demikian, penggunaan dalam penulisan ini menggunakan kata selebritas sebagaimana menyesuaikan dengan yang tercantum dalam KBBI.

Menurut dari Heru dalam penelitiannya, selebritas memiliki peran yang besar saat proses pembentukan opini publik. Pembentukan opini tersebut dapat diarahkan untuk berbagai dimensi kepentingan individual, kelompok, bahkan komunitas-komunitas tertentu. Namun, seorang selebritas dapat pula memperoleh kebencian dan akan ditinggalkan jika terdapat rekam jejak digital dan diekspos melalui media sosial. Dengan demikian hal itu akan membentuk opini publik terhadap selebritas tersebut sebagai teladan yang tidak layak bagi masyarakat.¹⁰

Selebritas sebagai bagian dari tokoh publik ini memiliki keragaman bidang yang digelutinya, baik itu drama, seni, politik, dan sebagainya. Tokoh publik yang memiliki popularitas atau yang pada umumnya dikenal dengan istilah *influencer* yang dalam artian seseorang yang memiliki banyak pengikut dan berpengaruh terhadap *audience* mereka. *Influencer* sendiri dapat dikatakan sebagai tokoh publik atau *public figure*

¹⁰ Abi Aufa, A. (2020). Teleculture: Kajian Pengaruh dan Dampak Televisi Terhadap Manusia Modern. *An-Nas*, Vol. 4, No. 2, 12-29.

karena mereka mampu mempengaruhi *audience* nya untuk membentuk opini publik bahkan pengambilan keputusan.¹¹

Namun kembali lagi, jika seorang selebritas ini memiliki relevansi erat dengan teknologi media, sehingga memperkuat perilaku dan sikap normatif yang disajikan atau ditampilkan ke publik. Akan menjadi *boomerang* dan memunculkan *cancel culture* sebagai mekanisme baru untuk mengatur intrapersonal dan interpersonal, sikap, dan nilai kolektif, jika selebritas itu melanggar nilai-nilai dan norma kolektif yang ada.¹² Selebritas dalam penelitian ini akan berfokus pada seorang *youtuber* dengan *channel*nya yang bernama Zavilda TV.

2.2.4 *Cancel Culture*

Istilah *cancel culture* mungkin bagi beberapa orang terdengar asing, namun tidak sebagian orang juga mendengar istilah tersebut. Istilah *cancel culture* sendiri di Indonesia mungkin saja tergolong asing, karena memang tidak mudah untuk mendefinisikannya. Dallas dalam bukunya "*Christians in a Cancel Culture*", *cancel culture* mengacu pada cemoohan atau celaan yang dilakukan secara virtual, dapat juga dikatakan sebagai boikot, terhadap individu, kelompok, hingga bisnis yang telah melakukan suatu perkataan, maupun perbuatan yang sifatnya menyinggung.

¹¹ Alicia, J., & Wicandra, O. B. (2018). Analisis Foto Instagram Influencer Indonesia Melalui Pendekatan Strukturalisme Pierre Bourdieu. *Nirmana*, Vol. 18, No. 1, 34-42.

¹² Burmah, L. S. (2021). *The Curious Cases of Cancel Culture*. San Bernardino: California State University. Hal. 7

Cancel culture dapat dilakukan oleh massa sebagai intimidasi terhadap seseorang yang dianggap melanggar, merendahkan status, dan membuat kerusuhan.¹³ *Cancel culture* dalam *Cambridge Dictionary* ini didefinisikan sebagai:

*"a way of behaving in a society or group, especially on social media, in which it is common to completely reject and stop supporting someone because they have said or done something offends."*¹⁴

James Davison Hunter, seorang sosiolog dan penulis tesis tentang Perang Budaya 1990-an menyatakan bahwa "*Wacana publik adalah wacana elit. Di sinilah Anda paling sering melihat konflik ini...Kekuatan budaya adalah kekuatan untuk mendefinisikan realitas, kekuatan untuk mengembangkan argumen, dan kekuatan itu berada di para elit.*"

Para elit yang dimaksudkan oleh Hunter ini mengarah kepada mereka yang memiliki kepercayaan atau keyakinan umum yang terlibat dalam *cancel culture* dalam ruang publik dewasa ini.¹⁵ Berdasarkan pada definisi tersebut dapat dikatakan bahwa *cancel culture* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh kelompok atau komunitas melalui media sosial.

Melalui yang tujuannya untuk menolak atau tidak mendukung seseorang karena telah mengatakan atau melakukan suatu hal yang menyinggung. Pada dasarnya, *cancel culture* ini menjadi salah satu dari bentuk boikot yang modern. Efektifnya, individu maupun komunitas

¹³ Dallas, Joe. (2021). *Christians in a Cancel Culture*. Oregon: Harvest House. Hal. 36

¹⁴ Cambridge Dictionary. (n.d). <https://dictionary.cambridge.org/>, diakses pada 10 Oktober 2022

¹⁵ D. Clark, M. (2020). DRAG THEM: A brief etymology of so-called "cancel culture". *Communication and the Public*, Vol. 5, No. 3-4, 88-92.

yang ada di dalam masyarakat kita ini dapat melakukan *cancel culture* untuk mempercepat atau memulihkan kondisi nilai dan norma sosial akibat perkataan maupun tindakan yang dilakukan pelaku.

2.2.5 Konsep dan Teori Perilaku Kolektif

Crossley berpendapat bahwa perilaku kolektif merupakan suatu bagian dimensi dari kajian atau studi Gerakan Sosial. Locher membagi tiga aspek yang membedakan antara gerakan sosial dengan perilaku kolektif, yaitu: 1) Dilihat dari Pengorganisasiannya; 2) Pertimbangan yang melandasi; dan 3) Tingkat Daya Tahan.

Dalam pengorganisasiannya, perilaku kolektif terjadi secara tidak terorganisir. Kemudian atas dasar pertimbangan, perilaku kolektif sangat mungkin terjadi tanpa adanya perencanaan apapun. Adapun dari tingkat daya tahan, perilaku kolektif dapat dilakukan atau terjadi dalam waktu yang singkat.¹⁶ Gur berpendapat kalau perilaku kolektif dapat dimunculkan karena adanya rasa ketidaksenangan atas suatu hal atau produk yang tidak sesuai dengan kondisi objektif.¹⁷

Perilaku kolektif ini melibatkan generalisasi menuju komponen ke tindakan tingkat tinggi sebagai upaya untuk menyusun kembali makna dari komponen tersebut. Karena, karakteristik dari perilaku kolektif ini adalah aksi mobilisasi yang tidak terlembagakan dan ditujukan untuk

¹⁶ Sukmana, Oman. (2016). *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*. Malang: Intrans Publishing. Hal. 11-13

¹⁷ Bendar, A. (2019). Feminisme dan Gerakan Sosial. *Al-Wardah: Jurnal Kajian Perempuan, Gender Dan Agama*, Vol. 13, No. 1, 25-37.

memodifikasi satu, maupun lebih, dari ketegangan yang ada dalam konstruksi sosial berdasarkan rekonstitusi umum dari suatu tindakan.¹⁸

Semua perilaku kolektif ini bertumpu pada jalinan makna dan citra pada orang-orang terdekat. Inilah yang membuat perilaku kolektif dapat diprediksi dan memberi masyarakat setidaknya kemiripan stabilitas.¹⁹

Perilaku kolektif yang terdapat dalam *cancel culture* ini tidak memiliki struktur formal untuk mengorganisir pemboikotannya terhadap individu, kelompok, atau suatu produk.

Kemudian dasar pertimbangan yang melekat di dalam *cancel culture* dapat dipicu oleh ucapan maupun tindakan individu lain yang menyinggung, atau bahkan melanggar nilai dan norma kolektif. Kemudian dari segi keberlangsungan *cancel culture* cenderung cepat jika hal tersebut dianggap berhasil untuk “mengenyahkan” pelaku untuk tampil di publik.

Sebagaimana Lofland yang menyusun tipe ideal dari perilaku kolektif yakni perilaku yang selaras, menuntut adanya pemberhentian perilaku secara total dan kolektif, didukung oleh dorongan emosional secara optimal dan demikian perilaku kolektif tersebut dapat diterima oleh umum.²⁰

Individu sebagai anggota dalam masyarakat yang memiliki keterlibatan dalam tindakan kolektif atas dasar nilai-nilai kelompoknya

¹⁸ Smelser, Neil J. (2011). *Theory of Collective Behavior*. Louisiana: Quid Pro Books. Hal. 72

¹⁹ Shibutani, Tamotsu. (1970). *Human Nature and Collective Behavior*. Amerika: Transaction Publishers Hal. 95

²⁰ Rochadi, AF Sigit. (2020). Op.Cit. Hal. 45

yang sekaligus sambil memasukkan nilai-nilainya ke dalam nilai masyarakat mereka sendiri. Wujud dari perilaku kolektif seperti itu merupakan karakteristik penting dari komunitas *fandom* yang dilakukan dengan unik.

Sebagaimana perilaku kolektif oleh Putnam yang terdiri dari tiga jenis, yakni partisipasi aktif atau pasif, semangat untuk berpartisipasi, dan partisipasi dalam ruang *online* atau dalam ruang nyata. Dalam perilaku kolektif, secara spontan muncul dari sebagian besar individu untuk bergabung dan berbeda dari perilaku apa pun yang biasanya ditunjukkan oleh individu. Perilaku kolektif pada dasarnya melakukan perilaku identik yang sama. Namun, respon antar individu dapat menentukan daya tahan dari perilaku kolektif itu sendiri.²¹

Neil Smelser (1962) menyatakan bahwa kemunculan dari perilaku kolektif yang ada di suatu kelompok dalam masyarakat, ataupun dari masyarakat itu sendiri, memiliki sifat yang cenderung mengarah kepada hal-hal yang sosial. Smelser berasumsi bahwasanya segala sesuatu akan bertahan di masyarakat jika memberikan manfaat atau keuntungan terhadap masyarakat.

Sehingga dapat dikatakan bahwa bentuk dari perilaku kolektif ini memiliki fungsi sebagai katup pengaman untuk menghindari ketegangan maupun *pressure* yang ada di dalam masyarakat. Karena ketika

²¹ Jang, H. (2021). A Study on the Effects of Digital Media's Network Attributes on Participatory Behavior: Focused on the Openness and Bonding of the PEREMPUAN BERKISAH Network. *Journal of Digital Contents Society*, Vol. 22, No. 4, 619-627.

ketegangan hadir di masyarakat, maka akan memunculkan perilaku kolektif tersebut.²²

Asumsi dari teori perilaku kolektif Smelser adalah sebagai berikut:

1. Perilaku kolektif tidak disebabkan oleh kekuatan misterius. Akan tetapi individu atau aktor yang dapat diidentifikasi adalah menjadi pendorong dari perilaku kolektif.
2. Perilaku kolektif disebabkan melalui kondisi dan struktur sosial, organisasi atau lingkungan. Perilaku kolektif tidak disebabkan oleh unsur psikologi partisipan.
3. Perilaku kolektif didorong oleh ketegangan (stres) yang dialami oleh partisipan dalam lingkungan sosialnya.
4. Faktor pendorong dari terjadinya perilaku kolektif di masyarakat yaitu: 1) Pengaruh struktural; 2) Ketegangan struktural; 3) Keyakinan kolektif; 4) Pemicu; 5) Mobilisasi peserta; dan 6) Kontrol sosial.²³

Adapun karakteristik dari perilaku kolektif antara lain:

- a. Melibatkan dua atau lebih individu yang melakukan tindakan yang mirip, bahkan sama pada waktu yang bersamaan pula.
- b. Dilakukan dalam kondisi yang tidak stabil, dan bersifat sementara.
- c. Individu yang terlibat tidak dapat bertindak secara bebas karena adanya ketergantungan tertentu di antara tindakannya tersebut.²⁴

²² Limita, Cery. (n.d). "Paper Perilaku Kolektif (Fix)" *Scribd*. <https://www.scribd.com/document/519031220/Paper-Perilaku-Kolektif-Fix>, diakses pada 15 Oktober 2022

²³ Locher, David A. (2002). *Collective Behavior*. New Jersey: Prentice. Hal. 40

Selain tiga elemen tersebut, perilaku kolektif yang terjadi karena suatu fenomena secara spontan dilakukan tanpa adanya perencanaan dan pertimbangan terlebih dahulu. Di dalam fenomena itu sendiri terkandung berbagai emosi dan berlangsung secara singkat, sementara, dan tidak dapat diprediksi, sehingga semakin mendorong pembentukan perilaku kolektif.²⁵

Dewasa ini, pembentukan perilaku kolektif juga dapat dilakukan melalui media sosial. Sejalan dengan peningkatan penggunaan media sosial, maka semakin banyak memunculkan ikatan yang dibangun secara virtual atas dasar keyakinan kolektif. *Collective behavior* sendiri dapat terjadi apabila adanya mobilisasi yang didasarkan pada keyakinan semacam perilaku yang tidak terlembagakan, pemberontakan, revival agama, dan revolusi.

Keyakinan tersebut kemudian mengalami suatu proses yang digeneralisasikan atas hal yang bersifat norma, keinginan, histeria, dan mengandung nilai gerakan sosial sebagai wujud kolektif dari suatu kelompok. Menurut Neil Smelser, komponen dari perilaku kolektif yang memunculkan aksi sosial ialah terdiri dari nilai-nilai, norma-norma, mobilisasi motivasi perseorangan untuk aksi yang terorganisir sesuai

²⁴ Coleman, James S. (1994). *Perilaku Kolektif: Seri Dasar-Dasar Teori Sosial (Terjemahan)*. Bandung: Nusa media. Hal. 4-5

²⁵ Coleman, J. S. (1994). *Foundations of Social Theory (Terjemahan)*. Bandung: Nusa Media. Hal. 272

peran kolektif, dan fasilitas situasional untuk menggapai tujuan yang konkret.²⁶

Berbeda dengan Smelser, Roger Brown (1965) secara sintesis memfokuskan karyanya tentang perilaku kolektif pada perilaku kerumunan, termasuk kepanikan untuk penyelamatan diri maupun penangkapan dan letupan emosi yang dilakukan secara ekspresif. Menurutnya, masalah utama dari perilaku kolektif adalah tindakan para anggota secara massa sebenarnya bukanlah merupakan tindakan rata-rata yang dilakukan oleh anggota tersebut secara individu.²⁷

Brown menyebut perilaku kolektif sebagai fenomena massa, dengan membatasinya berdasarkan kriteria fisik (*physical*), temporal, dan psikologis (*psychological*). Berdasarkan kriteria tersebut, Brown menyebutkan kerumunan menjadi dua jenis yaitu massa dan penonton. Jenis massa menurutnya terbagi menjadi agresif, melarikan diri, penjarahan dan ekspresif.²⁸

Kemudian Herbert Blumer yang juga membatasi bidang dari perilaku kolektif melalui pengontrasannya dengan perilaku kelompok kecil dan perilaku yang ditentukan secara budaya. Kriteria Blumer ini mencakupi fisik (ukuran), psikologis, dan budaya (ditinjau dari hubungan perilaku dengan aturan, definisi, atau norma).

²⁶ Jurdi, Syarfuddin. (2010). *Sosiologi Islam dan Masyarakat Modern: Teori, Fakta, dan Aksi Sosial*. Jakarta: Kencana. Hal. 141-143

²⁷ Coleman, J. S. (1994). *Op.Cit.* Hal. 274

²⁸ Smelser, Neil. J. (1965). *Theory of Collective Behavior*. New York: The Free Press. Hal. 5

Kriteria psikologis dalam kelompok kecil menurut Blumer, individu memiliki kontrol pribadi tergantung dimana individu tersebut berada. Lalu adanya mode komunikasi dan interaksi yang memiliki keterkaitan dengan mengikuti pola dialog, hingga mematuhi kontrol individu atas tindakan dari pihak lain. Kemudian kriteria yang mengacu pada cara peserta dimobilisasi untuk tindakan.

Menurut Blumer, cara mobilisasi peserta yang dilakukan kelompok kecil cenderung menggunakan alat yang terbatas, sederhana, dan dilakukan secara langsung. Sedangkan kelompok yang lebih besar, mobilisasi dilakukan dengan menggunakan hasutan, agitasi, mencari perhatian, pengembangan moral, manipulasi atas ketidakpuasan, pembentukan citra kelompok, dan pengembangan strategi untuk mencapai prioritas.²⁹

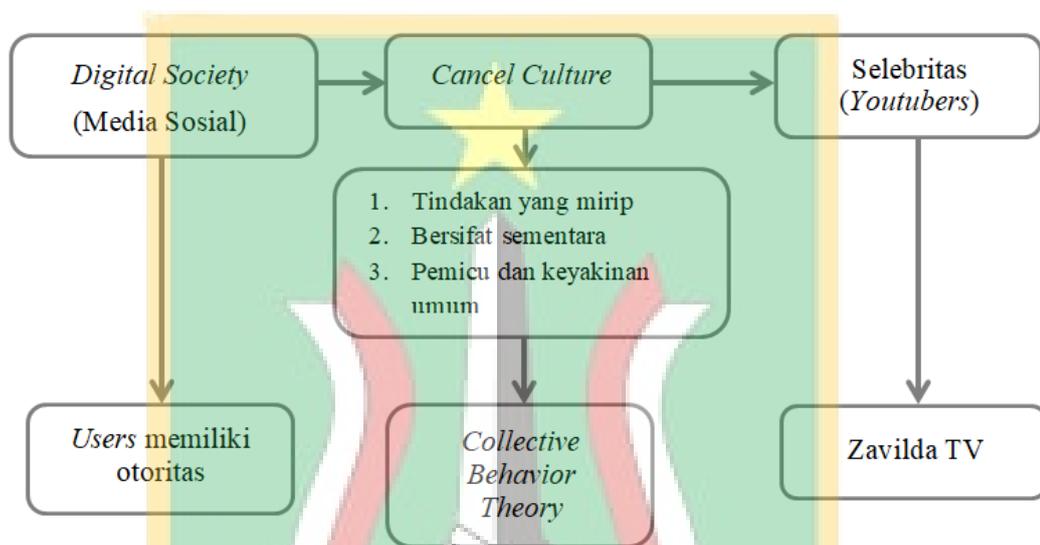
Perbedaan komponen antara Smelser dengan kedua tokoh tersebut terletak pada nilai, norma sosial, serta keyakinan umum yang menjadi penyebab atas terbentuknya perilaku kolektif. Meskipun asumsi Smelser mengenai perilaku kolektif merupakan suatu perilaku yang tidak terlembagakan, individu yang terlibat di dalamnya tetap memiliki otoritas.

Dalam kaitannya dengan *cancel culture*, yang dasarnya dilakukan melalui media sosial oleh masyarakat digital ini terbukti bahwa perilaku kolektif yang ada memiliki sifat yang tidak terorganisir. Artinya,

²⁹ Smelser, Neil. J. (1965). Op.Cit. Hal. 6

individu-individu pengguna sosial media meskipun tidak memiliki hubungan sosial secara langsung dengan individu lainnya, mereka tetap memiliki nilai keyakinan umum secara virtual untuk melakukan *cancel culture*.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil pemikiran peneliti

Peningkatan pengguna media sosial secara signifikan memberikan akses bagi siapa saja untuk memperoleh, mengolah, dan menyebarkan informasi adalah wewenang dari pengguna itu sendiri. Dalam konteks ini, pengguna media sosial juga dapat menyampaikan opini dan pengalamannya di dalam ruang publik virtual. Pengguna media sosial bisa siapa saja termasuk selebritas.

Selebritas di masyarakat Indonesia memiliki peranan yang mampu untuk membentuk opini publik. Dengan demikian, segala aktivitas

selebritas dapat dipantau oleh masyarakat digital dan menilai kelayakannya dihadapan publik melalui sosial media. Masyarakat dewasa ini dapat bertindak secara bersama-sama untuk mengeluarkan selebritas jika tokoh tersebut telah berucap atau berbuat yang dianggap telah melanggar nilai dan norma kolektif yang ada.

Tindakan tersebut dinamakan *cancel culture*, yang mana *cancel culture* merupakan bagian dari perilaku kolektif karena dapat terjadi tanpa adanya pengorganisasian, batasan ruang dan waktu, serta dapat terjadi secara spontanitas. Komunitas perempuan sebagai salah satu bentuk yang memberikan sumbangan terhadap perilaku kolektif untuk menuangkan solidaritas, komitmen, dan keyakinan yang dimiliki secara kolektif dalam suatu tindakan.

Melalui hal tersebut diharapkan dapat memberikan perubahan atau sedikitnya penjagaan nilai dan norma sosial melalui aktivitas, interaksi dan sentimen yang dimiliki setiap anggota komunitasnya. Melalui *cancel culture* ini dapat memberikan gambaran bagi kita bahwa seseorang tidak dapat berbuat semena-mena meskipun menjadi sosok pesohor atau menjadi selebritas. Hal ini demikian dilakukan sebagai wujud konstruksi sosial yang ditujukan untuk menjaga nilai dan norma sosial yang ada di masyarakat.