

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Konteks Penelitian

Profesi *youtuber* beberapa tahun belakangan ini sangat digemari oleh masyarakat. Tidak perlu mengeluarkan modal yang besar, siapapun bisa menjadi *youtuber*. Begitupun dengan para selebriti yang mengikuti tren dengan membuka akun *chanel* youtube pribadi mereka. Kontennya pun beragam, mulai dari *vlog* keseharian, konten memasak, liburan, bahkan kejahilan berupa *prank*. Salah satunya adalah Baim Wong. Baim Wong memulai karirnya sebagai pesinetron dan saat ini juga menjadi seorang *youtuber*. Akun youtube dengan nama Baim Paula sudah mencapai 20 juta 800 ribu pelanggan yang dikenal sebagai *subscriber*.

**Gambar 1.1 Chanel Youtube Baim Wong**



Sumber : Youtube, 2022

Pada bulan September 2022, Baim Wong dikecam oleh *netizen* (sebutan untuk pengguna media sosial) akibat konten yang menyangkan dirinya memberikan hadiah kepada seorang anak kecil yang viral karena memiliki

banyak kutu rambut. Baim Wong menampilkan wajah anak kecil tersebut sehingga banyak *netizen* yang mengkhawatirkan konten tersebut menjadi jejak digital yang bisa menjadi bahan olok-olok terhadap sang anak.

**Gambar 1.2 Pesan Anonim *Netizen***



Sumber : Dokumentasi peneliti, 2022

Pada 2 Oktober 2022, media sosial kembali di hebohkan oleh konten youtube Baim Wong dengan video berjudul, “BAIM KDRT ,PAULA JALANI VISUM .Nonton sebelum video ini di takedown”. Konten tersebut merupakan konten *prank* yang melibatkan aparat kepolisian di dalamnya. Skenario yang dijalankan dengan kamera tersembunyi, menggambarkan seorang wanita yang melapor kepada polisi terkait kekerasan dalam rumah tangga yang dilakukan oleh suaminya, lalu tidak lama kemudian seorang pria yang berperan sebagai suami menyusul ke dalam kantor polisi dan menyatakan hal tersebut hanya pura-pura dan konten semata.

*Netizen* sangat menyayangkan perilaku Baim Wong yang dianggap tidak memiliki empati terhadap kasus yang di alami oleh penyanyi dangdut, Lesti Kejora, yang juga baru saja terkuak mengalami kejadian kekerasan dalam rumah tangga yang dilakukan oleh suaminya, Rizky Billar. *Netizen* menerapkan *cancel culture* kepada Baim Wong dengan mengungkapkan kekecewaannya berupa cuitan pernyataan mereka telah melakukan pembatalan kepada Baim Wong dengan meng-*unsubscribe*, *unfollow*, *block*, hingga me-*report* semua platform media sosial milik Baim Wong. Dari kasus ini, Baim Wong juga diminta untuk memenuhi panggilan kepolisian.

### Gambar 1.3 Awal Mula Viralnya Konten Youtube Baim Wong



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2022

*Cancel culture* merupakan bentuk usaha untuk memboikot atau ‘mengenyahkan’ atau ‘membatalkan’ orang yang memiliki pengaruh besar

seperti selebriti, *youtuber*, politisi, aktivis, karena telah melakukan pelanggaran norma-norma sosial sehingga tokoh tersebut diharapkan untuk segera hengkang dari dunia maya. Hal tersebut dilakukan agar wacana publik tidak semakin tersebar luas dan tidak terlalu dimonopoli oleh mereka yang memiliki posisi istimewa. Upaya *cancel culture* di media sosial sebagai pengendali sosial memang menimbulkan banyak pro dan kontra. Tidak sedikit juga yang menganggap *cancel culture* sebagai bentuk intoleransi ketika dihadapkan oleh pandangan yang berlawanan.

Platform jejaring sosial pada dasarnya diciptakan agar semua orang bisa terhubung secara virtual tanpa harus bertemu secara fisik. Kehadiran media sosial sebagai media *online* sangat memudahkan manusia karena ia hadir sebagai penunjang salah satu kebutuhan manusia dalam berkomunikasi. Media sosial memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berbagi informasi, bertukar pesan secara *real time*, mengunggah konten berupa foto dan/atau video, saling memberikan feedback berupa *like*, *comment*, dan *share*.

Kemajuan teknologi, membuat jejaring sosial terus bertumbuh menjadi besar dan sehingga memiliki kekuatan untuk melakukan kegiatan perubahan sosial (*social movement*). Berdasarkan data yang di ambil dari Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report 2022, per Februari 2022, Indonesia memiliki populasi sebanyak 277,7 juta jiwa, dengan 204,7 juta diantaranya menggunakan internet, dan 191,4 juta jiwa merupakan pengguna aktif media sosial. Twitter merupakan salah satu media sosial yang paling banyak

digunakan, bahkan Indonesia berada di urutan ke-4 di dunia dengan jumlah pengguna terbanyak (21,2 juta), setelah Amerika, Jepang, dan India.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII melakukan survei dan menjabarkan karakteristik pengguna layanan internet berdasarkan gender, pekerjaan, usia, urban, rural, pendidikan, pendapatan, hingga kategori wilayah. Setiap karakteristik menunjukkan bahwa sebagian besar media yang digunakan oleh individu menggunakan layanan internet adalah untuk berkomunikasi. APJII mencatat sebanyak 215.626.156 jiwa yang terhubung jaringan internet pada tahun 2023 dari total populasi 275.773.901 jiwa, dengan presentase Twitter sebagai media sosial yang sering digunakan sebanyak 0,91% (APJII, 2023).

Twitter adalah sebuah mikro-blog yang memungkinkan penggunanya mengirim pesan atau informasi singkat berupa kicauan atau *'tweet'* yang dibatasi tidak lebih dari 140 karakter. Twitter sendiri dianggap sebagai platform media sosial yang menyebarkan informasi paling cepat diantara media sosial lainnya karena sistem yang diterapkan twitter memiliki batasan karakter sehingga dalam pesan singkat, sebuah informasi lebih cepat tersampaikan. Twitter juga tidak mengharuskan penggunanya menampilkan informasi pribadi, sehingga wujud representasi dari penggunaan twitter ini bisa menjadi diri sendiri, menjadi orang lain, bahkan anonim.

Kontroversi yang terjadi di media sosial membuat fenomena *cancel culture* juga hadir di dunia maya sebagai upaya dalam penegakkan norma sosial dalam bermedia sosial. *Netizen* memilih twitter sebagai salah satu

media sosial untuk mengekspresikan opini ketidaksenangan mereka atas sikap buruk yang dilakukan oleh publik figur. Secara virtual, mereka akan menyerang yang bersangkutan agar segera mendapatkan sanksi sosial. Terlebih, di twitter terdapat fitur akun *autobase* yang memberikan kesempatan untuk pengirim menyampaikan opininya secara anonim karena sifatnya yang otomatis. Banyak akun *autobase* di Indonesia yang tergolong besar, memiliki ratusan ribu hingga jutaan pengikut, sehingga ketika sesuatu yang sedang ramai dibicarakan, akan menjadi tempat penggiring opini bagi netizen.

Komunikasi massa terdiri dari pesan-pesan yang ditransmisikan ke sasaran audience yang banyak dan tersebar luas, dengan menggunakan koran, majalah, televisi, radio, dan internet. (Adler & Rodman, 2006: 8). Internet termasuk ke dalamnya sehingga jejaring sosial merupakan media massa. Salah satu karakteristik media massa adalah audiens anonim dan heterogen. Pesan yang disampaikan melalui media massa akan tersebar secara satu arah, tanpa melihat kepada siapa pesan tersebut sampai, di tengah berbagai unsur yang saling memiliki keberagaman perbedaan.

Komunikasi massa sebagai level komunikasi terbesar, tidak memungkiri akan terjadinya penggiringan opini-opini sehingga antara satu opini dengan opini lainnya akan saling bersinggungan ketika terjadi perbedaan pendapat. Persepsi sebagai inti komunikasi merupakan proses dalam penafsiran informasi, yang rangsangannya diterima oleh panca indera. Setiap individu dalam mempersepsikan sesuatu akan berbeda-beda, karena

antara satu orang dengan orang lainnya memandang suatu objek berdasarkan ketertarikannya.

Menurut Mulyana (2007:182), persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Proses persepsi artinya pesan yang dikirimkan ke otak melalui panca indera, akan dimaknai oleh otak untuk dipelajari. Selanjutnya, diri kita akan memunculkan perhatian pada suatu objek tersebut sebelum akhirnya menjadi interpretasi di mana rangsangan-rangsangan yang timbul memberikan pengetahuan sebagai persepsi dari diri kita.

Berdasarkan pemaparan konteks penelitian di atas, peneliti melihat ada sebuah permasalahan bagaimana persepsi penggunaan twitter mengenai *cancel culture* di Indonesia, khususnya pada kasus Baim Wong dengan judul penelitian, **“Persepsi Pengguna Twitter Mengenai *Cancel Culture* Di Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kasus Baim Wong)”**.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian konteks penelitian di atas, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Persepsi Pengguna Twitter Mengenai *Cancel Culture* Terhadap Baim Wong”

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan teori persepsi yang terbentuk dari 3 unsur, yakni, sensasi, atensi, dan interpretasi (Mulyana, 2017), maka peneliti menyusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sensasi pengguna twitter mengenai *cancel culture* terhadap Baim Wong?
2. Bagaimana atensi pengguna twitter mengenai *cancel culture* terhadap Baim Wong?
3. Bagaimana interpretasi pengguna twitter mengenai *cancel culture* terhadap Baim Wong?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat ujian sidang strata 1 (S1) jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, Bandung. Adapun tujuan lainnya berupa mencari jawaban atas pertanyaan yang diidentifikasi sebagai masalah penelitian, diantaranya:

1. Untuk mengetahui sensasi pengguna twitter mengenai *cancel culture* terhadap Baim Wong
2. Untuk mengetahui atensi pengguna twitter mengenai *cancel culture* terhadap Baim Wong
3. Untuk mengetahui interpretasi pengguna twitter mengenai *cancel culture* terhadap Baim Wong



## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan juga yang berkaitan dengan judul penelitian. Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, manfaat teoritis dan manfaat praktis.

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai bahan rujukan bagi peneliti berikutnya yang melakukan penelitian dalam bidang yang sama, mengenai persepsi pengguna twitter mengenai *cancel culture*.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk masyarakat dalam mengetahui dan menyikapi persepsi pengguna twitter terhadap *cancel culture*.
- b. Penelitian ini dapat berkontribusi dalam upaya pengendalian media sosial terkait norma-norma yang berlaku didalamnya sehingga menjadi lebih teredukasi dalam bermedia sosial.