

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

1	Nama Peneliti	Arneta Syarifah, Noveri Faikar Urfan
	Judul Penelitian	Representasi Dampak Hoax Pada Film Budi Pekerti Karya Wregas Bhanuteja : Konten Viral
	Tahun Penelitian	2024
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Kesimpulan	Penelitian ini menghasilkan empat temuan penting terkait dengan bagaimana dampak hoaks direpresentasikan dalam film Budi Pekerti. Berbagai simbol dalam adegan-adegan film mengandung makna tersirat yang menggambarkan situasi sosial ketika konten menyesatkan menyebar luas dan menciptakan tekanan kepada individu.
	Perbedaan	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek permasalahan yang diangkat, yaitu mengenai <i>cancel culture</i> . Fenomena tersebut dipilih karena dinilai relevan dengan dinamika sosial di era digital, yang belum banyak dikaji secara mendalam dalam konteks representasi media, khususnya film.
	Persamaan	Persamaannya adalah menggunakan metode semiotika yang sama yaitu semiotika Roland Barthes
2	Nama Peneliti	Diana Aryani

	Judul Penelitian	Analisis Semiotika Pada Film Budi Pekerti Karya Wregas Bhanuteja
	Tahun Penelitian	2024
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Kesimpulan	Hasil penelitian menunjukkan beberapa kesimpulan dengan analisis semiotika Ferdinand De Saussure
	Perbedaan	Penelitian ini memiliki perbedaan dalam hal pendekatan untuk menganalisis data. Studi-studi sebelumnya menerapkan teori semiotik yang dikembangkan oleh Ferdinand de Saussure, sementara penelitian yang diteliti oleh peneliti menggunakan semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna yang lebih dalam dari tanda-tanda yang disajikan dalam film
	Persamaan	Persamaan antara penelitian ini dan studi sebelumnya terletak pada objek kajian yang sama, yaitu film Budi Pekerti karya Wregas Bhanuteja
3	Nama Peneliti	Satria Respati Widura
	Judul Penelitian	Analisis Wacana Perilaku Cyberbullying Dalam Film Budi Pekerti
	Tahun Penelitian	2024
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Kesimpulan	Hasil penelitian menunjukkan pada film Budi Pekerti terdapat banyak nilai moral, terutama terkait dengan <i>cyberbullying</i> .
	Perbedaan	Penelitian ini memiliki perbedaan dalam fokus permasalahan yang diangkat, yaitu mengkaji fenomena <i>cancel culture</i> sebagai

		subjek utama. Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada paradigma kritis, yang menjadi perbedaannya
	Persamaan	Penelitian ini memiliki persamaannya adalah menggunakan judul film yang sama yaitu “Budi Pekerti”.
4	Nama Peneliti	Windi Putri Joanika
	Judul Penelitian	Pesan Empathy Less Dalam Film “Budi Pekerti”
	Tahun Penelitian	2024
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Kesimpulan	Hasil penelitian menunjukkan, bahwa film Budi Pekerti merepresentasikan fenomena empathy less melalui minimnya <i>cognitive empathy</i> dan <i>affective empathy</i> dalam interaksi sosial karakternya
	Perbedaan	Penelitian ini memiliki perbedaan yang terletak pada peneliti memilih menggunakan objek <i>empathy less</i> pada film Budi Pekerti
	Persamaan	Penelitian ini memiliki persamaan yang terletak pada peneliti menggunakan film yang sama yaitu Budi Pekerti
5	Nama Peneliti	Idia Triyani
	Judul Penelitian	Tren <i>cancel culture</i> Komunitas Perempuan Terhadap Zavilda TV
	Tahun Penelitian	2023
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Kesimpulan	Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan yaitu: (1) Media sosial sebagai determinan utama atas kemunculan fenomena <i>cancel</i>

		<i>culture</i> ; (2) Tren cancel culture terhadap Zavilda yang dilakukan karena tindakannya yang menyinggung, mengganggu dan melanggar norma; dan (3) Keresahan kolektif membuat Komunitas Perempuan terlibat dalam tren <i>cancel culture</i> yang ditujukan sebagai alat kontrol sosial.
	Perbedaan	Penelitian ini memiliki perbedaan terletak pada peneliti memilih subjek penelitian yaitu komunitas perempuan
	Persamaan	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam hal objek kajian, yakni sama-sama menganalisis fenomena <i>cancel culture</i> . Selain itu, pendekatan yang digunakan juga serupa, yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan media yang dimanfaatkan oleh manusia untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas untuk menyampaikan ide, pendapat, pandangan, ataupun gagasan pada sesama manusia untuk membuat sebuah kesepakatan antar pihak mengenai pesan yang disampaikan. Sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Bittner, bahwa komunikasi massa dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui media massa untuk disalurkan kepada audiens dalam jumlah besar (*mass communication is message communicated through a mass medium or large number of people*). Kemudian menurut Gebner, komunikasi massa merujuk pada proses produksi serta penyebaran pesan yang berjalan dalam waktu tertentu, memiliki teknologi pendukung dan lembaga. Terlebih dalam masyarakat industri, produksi pesan tidak dilakukan secara individu, tetapi memerlukan peran lembaga yang memiliki perangkat teknologi khusus. Hasil tersebut merupakan pesan-pesan komunikasi yang disalurkan pada masyarakat luas secara terus-menerus (Syafriana, 2022).

Menurut Abdulk Halik dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Massa”, komunikasi massa dijelaskan melalui dua sudut pandang. Pertama, dari sisi bagaimana pesan di konstruksi orang dan disebarkan melalui media, dan kedua, dari sisi bagaimana orang menerima dan menggunakan pesan-pesan tersebut untuk orang lain. Secara umum, komunikasi massa merujuk pada proses penyampaian pesan melalui media massa. Dalam komunikasi massa, peran media sangat menentukan dan menjadi fokus utama kajian komunikasi massa. Dinamika media dan pola konsumsi khalayak sangat menentukan arah dan karakteristik komunikasi massa itu sendiri. Perkembangan media massa juga dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti meningkatnya angka melek huruf, pertumbuhan ekonomi, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, urbanisasi, serta dominasi dari iklan (Abdul Halik, 2013).

Terdapat dua tahap (*two step flow*) yang mengatakan bahwa pesan dari media massa tertuju kepada publik melalui pemuka pendapat (*opinion leader*). Teori tersebut mengemukakan bahwa efek dari media massa secara langsung tidak terjadi kepada masyarakat melainkan melalui perantara yakni pemimpin pendapat. Pemimpin pendapat dapat disampaikan penafsirannya disamping isi media massa yang sangat berpengaruh pada seseorang untuk mengubah perilaku atau sikap mereka (Tambunan, 2018).

2.3 Film Sebagai Media Komunikasi Massa

Secara etimologis, komunikasi berasal dari kata “communicatio” yang berasal dari “communis” yang berarti kesamaan makna. Sementara itu, komunikasi dalam terminologi merujuk pada penyajian simbol, informasi, dan pesan dari seorang pemberi pesan kepada penerima melalui media tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. John Fiske menyatakan bahwa komunikasi merupakan pertukaran sekaligus produksi makna, di mana pentingnya terletak pada interaksi antara teks atau pesan dengan individu membentuk makna. Ini menunjukkan bahwa penilaian ini sangat menekankan peran teks dalam budaya (Fiske, 2012).

Film merupakan salah satu produk media komunikasi massa yang memiliki daya jangkauan yang luas dan mempunyai kekuatan dalam menyampaikan pesan kepada banyak audiens di berbagai belahan dunia. Film juga berperan tidak hanya

bersifat hiburan, namun juga edukatif, persuasif, dan reflektif terhadap realitas sosial. Adapun beberapa fungsi film sebagai media komunikasi massa antara lain adalah sebagai berikut:

a. Visual Storytelling

Film merupakan media visual yang menggabungkan beberapa elemen seperti, gambar, suara, dan narasi sebagai sarana untuk menyampaikan cerita. Dengan kekuatan visual yang dimilikinya, film mampu membangun emosional dan intelektual antara penonton dan pesan yang disampaikan. Hal ini memungkinkan film menjadi medium yang efektif dalam menyampaikan gagasan maupun emosi yang kompleks secara lebih mudah dipahami serta menarik bagi penonton (Huda et al., 2023).

b. Jangkauan Audiens yang Luas

Film memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, melihat penyampaiannya yang dapat dilakukan di berbagai negara dan juga bisa dialihbahasakan ke dalam berbagai bahasa. Luasnya jangkauan ini memberikan ruang bari para sineas untuk menyampaikan pesan dan gagasan kepada beragam kelompok masyarakat, sehingga dapat mendorong terciptanya pemahaman dan empati lintas budaya maupun bahasa (Huda et al., 2023).

c. Periklanan dan Pemasaran

Film juga berfungsi sebagai media yang strategis dalam periklanan dan pemasaran di mana unsur sinematikanya kerap dimanfaatkan untuk mempromosikan produk, layanan, maupun kampanye sosial. Melalui pendekatan visual yang bisa menarik publik, film memiliki potensi untuk membentuk perilaku konsumen, meningkatkan kesadaran publik, serta mendorong perubahan sosial dan memengaruhi dinamika budaya serta tren ekonomi (Huda et al., 2023).

d. Komentar Politik dan sosial

Film berperan sebagai wadah untuk menyampaikan kritik sosial dan politik. Para sineas memanfaatkan karya mereka sebagai medium untuk mengevaluasi institusi sosial dan politik, menyuarakan isu-isu

keadilan sosial, serta mendorong terjadinya transformasi budaya di masyarakat (Solli et al., 2022).

Secara keseluruhan, film merupakan alat komunikasi yang sangat efektif karena memanfaatkan kombinasi gambar, suara, dan cerita untuk mempengaruhi penonton secara emosional, sosial, dan budaya. Film memiliki kemampuan luar biasa untuk menimbulkan perasaan, mendorong pemikiran, dan bahkan kadang-kadang memicu perubahan sosial. Dengan setiap frame yang ditampilkan, film menciptakan dunia di mana penonton dapat merasakan pengalaman para karakter. Hal ini menciptakan hubungan emosional yang kuat antara penonton dan cerita yang disampaikan. Film adalah jenis seni yang mampu melampaui batasan bahasa dan budaya, sehingga menjadikannya salah satu alat komunikasi yang paling efektif dan diterima secara global. Kekuatan film dalam mempengaruhi persepsi serta emosi penonton tidak terbatas pada apa yang terlihat dan terdengar di layar, melainkan juga melalui narasi dan simbolisme yang mendorong penonton untuk mempertimbangkan makna yang lebih dalam.

2.3.1 Film

Film merupakan suatu bentuk komunikasi massa elektronik berbasis audio-visual yang memadukan unsur suara, gambar, dan narasi secara terpadu. Sebagai media komunikasi modern, film hadir sebagai sarana yang mampu menyampaikan pesan secara efektif melalui visualisasi dan audio yang menarik (Sobur, 2013). Film dapat berguna sebagai media untuk menyalurkan hiburan yang sebelumnya biasa saja kepada masyarakat luas, serta memiliki kisah fiksi maupun non-fiksi, peristiwa sosial, musik, karya teater, serta berbagai bentuk hiburan visual lainnya (McQuail, 2003). Prof. Effendy menyatakan bahwa film adalah media komunikasi massa yang memiliki daya pengaruh kuat, tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata, melainkan juga berperan penting dalam menyampaikan informasi dan proses pendidikan (Effendy, 1993). Secara umum, film memiliki pengaruh tertentu terhadap penontonnya, baik dalam ranah psikologis maupun sosial.

Film tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga memainkan peran penting dalam merefleksikan realitas sosial yang berkembang di

tengah masyarakat. Lebih dari sekedar menghadirkan realitas di layar, film membentuk serta mereproduksi bahasa, simbol, nilai-nilai budaya, dan ideologi yang hidup dalam masyarakat. Oleh karena itu, film dapat menjadi medium yang efektif dalam membangun kekuasaan wacana sekaligus memperkuat ideologi yang berlaku (Romli, 2016).

2.3.2 Jenis-Jenis Film

Seiring dengan kemajuan dan perkembangan industri perfilman, genre pada film turut mengalami perubahan dalam gaya penyajiannya. Meskipun demikian, karakteristik dari masing-masing genre tetap dipertahankan sebagai ciri khas sejak awal kemunculannya. Secara umum, film dapat dikategorikan ke dalam dua jenis utama yaitu:

a. Film cerita (fiksi)

Film cerita adalah film yang diproduksi berdasarkan cerita fiktif yang terstruktur dan diperankan oleh para aktor dan aktris. Film ini berkaitan secara komersial, dimana proses penayangannya dilakukan melalui penjualan tiket masuk kepada pemirsa sebagaimana penayangannya di ruang atau bioskop dengan sistem tiket berbayar. Selain itu, film cerita juga dapat ditayangkan melalui siaran televisi dan didukung oleh sponsor atau iklan sebagai program penayangannya (Sumarno, 1996).

b. Film Non cerita (Non fiksi)

Film non-cerita merupakan jenis film yang mengangkat realitas sebagai objek utama dalam penyajiannya. Film ini umumnya terbagi ke dalam dua bentuk. Film faktual, yaitu jenis film yang menampilkan peristiwa nyata tanpa campur tangan dari pembuatnya. Film dokumenter, film ini tidak hanya merekam fakta, tetapi juga memuat sudut pandang subjektif dari pembuat film. Maka dari itu, representasi kenyataan dalam film dokumenter sering kali dipengaruhi oleh opini atau sikap kreator terhadap fenomena yang diangkat (Sumarno, 1996).

2.3.3 Fungsi Film

Tujuan masyarakat utamanya untuk mendapatkan hiburan. Dengan misi perfilman sejak tahun 1979, film tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi yang dapat membantu membina generasi muda dalam upaya pembentukan karakter (Effendy, 1993).

Sebagai industri film, film merupakan bagian dari produksi ekonomi suatu masyarakat dan tentu saja dinilai dalam keterkaitannya dengan berbagai produk lainnya. Film sebagai bentuk komunikasi adalah elemen penting dalam sistem yang digunakan oleh berbagai kelompok atau individu untuk menerima dan mengirim pesan (Angga & Prima, 2022).

2.3.4 Genre-Genre Film

Pada sebuah film, pasti terdapat genre. Genre film merupakan kategori atau klasifikasi film berdasarkan tema, gaya, dan elemen yang menentukannya. Dengan memahami berbagai genre film ini, penonton dapat lebih mudah memilih tontonan sesuai dengan minat mereka serta menikmati pengalaman menonton yang lebih kaya. Berikut adalah beberapa genre film yang paling umum, bersama dengan penjelasannya :

a. Drama

Genre drama adalah salah satu jenis film yang banyak diproduksi karena memiliki alur cerita yang sangat luas. Film bergenre drama memiliki keterikatan erat dengan unsur latar, tema cerita, karakter tokoh, serta atmosfer yang merepresentasikan kehidupan sehari-hari. Konflik yang ada di genre drama bersumber dari lingkungan sekitar dan konflik internal tokoh. Alur ceritanya dapat membangkitkan emosi melalui nuansa dramatik yang mendalam, hingga dapat memunculkan rasa haru (Oktavianus et al., 2015).

b. Komedi

Genre komedi merupakan genre yang mempunyai fokus utama humor sebagai unsur nya. Genre drama adalah salah satu genre yang paling diminati karena dapat membawakan hiburan melalui tawa. Film komedi biasanya menampilkan drama ringan yang dikombinasikan

dengan situasi, dialog, *action*, atau karakter yang berlebihan untuk mendapatkan efek lucu (Oktavianus et al., 2015).

c. Musikal

Genre musikan merupakan genre yang memadukan elemen musik, lagu, tarian, serta koreografi untuk mengembangkan cerita. Musik dan liriknya biasanya ditampilkan untuk memperkuat narasi dan menyampaikan emosi karakter dalam film (Pratista, 2008). Secara umum, film musikal mengangkat tema-tema yang ringan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari, seperti kisah cinta atau ketenaran, sehingga mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Genre ini kerap ditujukan kepada penonton keluarga, remaja, hingga anak-anak.

d. Epik Sejarah

Genre epik sejarah pada umumnya mengambil latar waktu pada masa lalu seperti era kerajaan, kejadian bersejarah, atau tokoh legendaris yang berasal dari mitos, legenda, atau kisah-kisah religius. Genre ini biasanya disajikan dengan visual yang megah, melibatkan pemain figuran yang banyak, dan menggunakan atribut tertentu yang mendukung film tersebut (Pratista, 2008).

c. Horor

Genre horor merupakan salah tau jenis genre yang dibuat untuk membangkitkan rasa takut, menciptakan ketegangan, dan memberikan kesan mencekam pada penonton. Alur cerita dalam film horor umumnya bersifat sederhana yang seringkali berasal dari dunia spiritual maupun sisi gelap dalam manusia itu sendiri. Genre horor juga menghadirkan tokoh-tokoh seperti hantu, vampir, ataupun manusia jahat dalam ceritanya (Pratista, 2008).

d. Aksi

Genre aksi merupakan genre yang identik dengan adegan-adegan penuh ketegangan, serta memiliki tempo cerita yang cepat. Film aksi menyalurkan rangkaian adegan yang mengandalkan aksi fisik seperti perkelahian, baku tembak, kejar-kejaran, ledakan, hingga momen yang

berpacu dengan waktu. Unsur aksi tersebut menjadi daya tarik utama dari genre ini (Pratista, 2008).

e. Kriminal

Genre Kriminal merupakan genre yang sering kali berhubungan dengan aksi kejahatan, seperti pembunuhan, perampokan, konflik antar kelompok, hingga aktivitas organisasi yang beroperasi secara ilegal. Genre ini terinspirasi oleh kisah nyata kehidupan tokoh kriminal dan gengster seringkali menonjolkan adegan-adegan kekerasan yang brutal atau tidak manusiawi. Meskipun demikian, genre ini memiliki perbedaan yang jelas dibandingkan dengan film aksi (Oktavianus et al., 2015).

f. Petualangan

Genre Petualangan kerap mengisahkan petualangan, eksplorasi destinasi wisata atau ekspedisi ke wilayah yang belum pernah dikenal sebelumnya. Genre ini memperlihatkan keindahan panorama alam yang eksotis, seperti hutan lebat, pegunungan, gurun pasir, laut yang luas, hingga pulau-pulau terpencil (Oktavianus et al., 2015).

2.4 Representasi

Representasi dalam bidang komunikasi merupakan istilah yang sering digunakan untuk membahas hal-hal mendasar dalam komunikasi. Komunikasi pada intinya, adalah proses penyampaian kesepahaman. Berdasarkan Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), representasi diartikan sebagai tindakan mewakili, keadaan diwakili, sesuatu yang menjadi perwakilan. Representasi juga dapat dipahami sebagai proses pertukaran pesan melalui media yang menghasilkan makna dan menggambarkan sesuatu, baik itu orang, peristiwa, maupun objek lainnya diluar dirinya

Representasi memiliki dua makna, yaitu sebagai proses sosial dan sebagai hasil dari proses sosial. Representasi dihasilkan melalui proses penciptaan tanda yang merujuk pada suatu makna. Berdasarkan pandangan Stuart Hall, terdapat dua tingkatan dalam proses representasi yaitu :

- a. Representasi mental merujuk pada apa yang ada dalam pikiran kita masing-masing, atau sering disebut sebagai peta koseptual. Representasi ini masih bersifat abstrak
- b. Representasi bahasa memiliki peran krusial dalam membangun makna. Proses abstrak dalam pikiran kita perlu diterjemahkan ke dalam “bahasa” yang umum digunakan, sehingga dapat menghubungkan konsep dan ide-ide tertentu dengan tanda atau simbol yang spesifik.

Representasi berfungsi melalui hubungan antara tanda dan makna. Akan tetapi, makna dari suatu realitas dapat berubah seiring dengan perubahan dalam representasi. Proses pembentukan makna melibatkan negoisasi yang mencakup kesepakatan bersama serta masukan dari pengalaman subjektif individu (Rosfiantika et al., 2018).

2.4.1 Proses Representasi

Proses representasi bersifat dinamis dan berkembang seiring dengan kapasitas serta kebutuhan pengguna tanda. Representasi pada dasarnya merupakan hasil dari konstruksi sosial dan kognitif. Seiring dengan berkembangnya pola pikir manusia, konstruksi makna pun turut berubah, menghasilkan bentuk-bentuk representasi yang baru melalui pemanfaatan tanda-tanda yang terekam oleh intelektual individu (Rosfiantika et al., 2018).

Makna dalam representasi terbentuk melalui proses penandaan yang melibatkan tahapan seleksi dan kategorisasi. Proses tersebut memungkinkan suatu tanda memiliki arti tertentu yang dapat dipahami serta dimaknai oleh pengguna maupun penerima tanda (Rosfiantika et al., 2018).

2.5 Cancel Culture

Cancel culture didefinisikan sebagai fenomena sosial dan budaya yang mencakup praktik memboikot atau “membatalkan” individu, kelompok, atau entitas tertentu karena tindakan atau pernyataan yang dianggap tidak selaras dengan nilai-nilai sosial atau etika yang berlaku (Ng, 2022). *cancel culture* pada dasarnya adalah sikap “pembatalan” atau *cancelling* pada suatu individu melalui media sosial yang

mempunyai tujuan untuk mengucilkan atau mempermalukan individu tersebut (Saint-Louis, 2021).

Menurut pendapat beberapa selebriti yang telah dirangkum oleh (Primastiwi, 2020), *cancel culture* adalah sebuah fenomena di mana orang di era informasi modern dapat digugat atau dijatuhkan akibat dari kesalahan masa lalu yang sebelumnya belum diketahui oleh masyarakat luas. Sementara itu, pendapat lain dari beberapa selebriti menjelaskan bahwa *cancel culture* merupakan sebuah gerakan yang sudah terorganisir yang mempunyai tujuan menghentikan dukungan terhadap seorang publik figur atau individu yang sudah terkenal setelah melakukan atau mengutarakan hal-hal yang dianggap ofensif atau menyinggung kelompok tertentu. Selain itu, ada juga yang berpendapat bahwa *cancel culture* merupakan mencerminkan mentalitas kerumunan atau mob mentality, di mana kelompok tertentu tersebut secara bersama-sama dan aktif menarik dukungan terhadap individu atau lembaga yang dianggap melanggar nilai-nilai moralitas yang telah disepakati bersama (Mardeson & Mardesci, 2022).

Berdasarkan dari beberapa pengertian-pengertian tersebut, didapatkan sebuah kesimpulan bahwa *cancel culture* merupakan salah satu fenomena yang bertujuan untuk “menghapus” seluruh hal yang berhubungan dengan individu dari kehidupan publik. Individu yang dimaksud adalah mereka yang dinilai melanggar norma-norma yang ada di masyarakat dan dianggap penting untuk menjaga harmoni bersama.

Unsur paling penting dalam membentuk adanya *cancel culture* pada saat ini adalah teknologi media. Sekarang dengan adanya media sosial proses komunikasi seperti ini mudah terjangkau dan di tujukan kepada siapapun tokoh penting yang akan disorot. Ada beberapa versi bagaimana fenomena *cancel culture* ini terjadi, dikutip dari The New York Times (2020), pada tahun 2001 istilah baru mulai populer dalam bahasa gaul Tiongkok, yaitu “Ren Rou Sou Sou” yang diterjemahkan berarti “Human Flesh Search” atau “Pencarian Daging Manusia”. Ungkapan tersebut merujuk pada aktivitas kelompok pengguna internet Tiongkok yang mengumpulkan informasi tentang individu tertentu, baik secara offline maupun online. Setelah mendapatkan informasi tersebut kemudian dibagikan ke ranah publik. Kegiatan ini biasanya digunakan untuk mengidentifikasi seseorang

yang dicurigai melakukan suatu tindakan yang melenceng dari norma sosial, kemudian orang tersebut dikucilkan (Mishan, 2020).

Sedangkan menurut Edwards dalam bukunya yang berjudul “*cancel culture*”, mengatakan bahwa istilah “Cancelling” memiliki akar yang berasal dari sebuah lagu berjudul “Your Love Is Cancelled” yang dibawakan oleh Nile Rodgers dari band Chic. Lagu ini terinspirasi dari pengalaman Bernard Rodgers saat kencan dengan seorang wanita yang bersikeras utuk duduk di meja yang sudah ditempati pasangan lain di restoran. Rodgers menentang untuk memanfaatkan keterarannya untuk memaksakan keadaan dan tersinggung dengan wanita tersebut. Malamnya, ia menciptakan lagu yang kemudian menjadi bagian dari album Chic tahun 1981 yang bernama Take It Off. Lagu ini diputar pada saat Barry Michael Cooper, seorang penulis skenario dan jurnalis, sedang mengerjakan naskah untuk film New Jack (1991). Dalam film tersebut Wesley Snipes memerankan Nino Brown, seorang anggota geng yang penuh kekerasan. Pada salah satu adegan yang memperlihatkan pacar Brown yang melihat semua kekerasan yang dia sebabkan dan menegur atas kehancurannya. Brown yang kehilangan kesabarannya, membuang sampanye padanya dan berkata, “Batalkan jalang itu, aku akan membeli yang lain” Cooper menjelaskan kepada The Washington Post bahwa adegan ini menggambarkan kekuatan karakter dan kemampuan Wesley Sniper untuk memberikan semua yang dia punya kepada pacarnya dan dengan mudahnya dapat merampasnya kembali. Peristiwa ini belum populer sampai film tersebut muncul di acara TV Show dan kemudia beberapa penonton mulai membahasnya di platform Twitter (Edwards, 2022).

Jika ditarik dalam garis besar kontribusi persebaran fenomena *cancel culture* juga dipengaruhi oleh media sosial sehingga diadopsi oleh beberapa negara (Elvin, 2021). sejak adanya kemunculan gerakan #MeToo di Twitter pada tahun 2017, yang merupakan gerakan aksi sosial oleh kelompok sosial perempuan untuk melawan kekerasan seksual, yang kemudian perhatian masyarakat terhadap isu ini meningkat. Gerakan ini mulai populer ketika aktris yang bernama Alyssa Milano mencuitkan tagar #MeToo di Twitter sebagai respons atas tuduhan pelecehan seksual terhadap seorang produser film Hollywood yaitu Harvey Weinstein. Gerakan #MeToo kemudian menjadi peringatan bagi kalangan perempuan termasuk

Indonesia untuk menyuarakan pendapatnya terkait isu pelecehan maupun kekerasan seksual yang pada saat ini banyak ditemukan dalam fenomena *cancel culture* (Hasna & Hendrastomo, 2024).

Dalam era digital yang semakin terhubung terutama didominasi oleh media sosial, fenomena *cancel culture* menjadi topik yang sering dibicarakan di berbagai kalangan. Salah satu fenomena sosial yang mempunyai tujuan untuk memberi sanksi atas tindakan moral yang dianggap melanggar norma yang berlaku di masyarakat. *cancel culture* memiliki dampak yang signifikan terhadap individu, kelompok, maupun institusi. Fenomena *cancel culture* memiliki dampak positif maupun negatif tergantung implikasinya.

Salah satu dampak positif dari fenomena *cancel culture* adalah fungsinya sebagai mekanisme kontrol sosial dalam kehidupan bermasyarakat. Hal tersebut sejalan dengan teori kontrol sosial yang mendefinisikan bagaimana perilaku suatu individu dapat dibentuk dan diarahkan melalui norma, aturan, hukum, dan struktur sosial yang berlaku. Dalam konteks ini, *cancel culture* berperan secara tidak langsung dalam memengaruhi perilaku individu, khususnya dalam interaksi mereka pada media sosial (Altamira & Movementi, 2023).

Fenomena *cancel culture* juga berperan sebagai media pengingat bagi figur publik seperti influencer, selebritas, hingga politisi agar lebih berhati-hati dalam memproduksi dan menyebarkan konten di ruang publik. Ketika mereka dianggap melanggar nilai-nilai sosial tertentu, risiko yang akan dihadapi adalah kehilangan pengikut, akun media sosial, reputasi, bahkan karier mereka. Dengan demikian, *cancel culture* dinilai cukup efektif dalam mencegah munculnya ujaran rasis, tindakan kekerasan, maupun perilaku lain yang berpotensi membahayakan masyarakat (Altamira & Movementi, 2023).

Tetapi disisi lain *cancel culture* juga memberikan dampak negatif yaitu, dapat merusak citra baik figur publik yang terkait dengan tuduhan yang belum terbukti kebenarannya, kemudian mendorong orang untuk mengikuti suara mayoritas terhadap sebuah isu bahkan mungkin saja mereka mempunyai pandangan yang berbeda. Dan yang terakhir dari dampak negatif *cancel culture* adalah fenomena ini membatasi kelompok orang yang memiliki pandangan atau pendapat

yang berbeda. Kelompok ini akhirnya memilih diam dan mengikuti kelompok mayoritas agar tidak diasingkan.

2.8 Semiotika

Teori semiotika adalah salah satu pendekatan yang digunakan dalam mempelajari kebudayaan. Dalam hal ini, semiotika memandang bahwa berbagai fenomena mengandung makna tertentu bagi masyarakat yang menggunakannya. Kajian tentang semiotika dibahas dalam konteks perkembangan strukturalisme, karena keduanya memiliki hubungan yang erat. Secara umum, teori semiotika dapat dibedakan ke dalam dua pendekatan utama, yaitu dikotomis dan tritokomis. Salah satu tokoh dalam pendekatan dikotomis adalah Ferdinand de Saussure, yang melihat tanda sebagai hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) (Hoed, 2011).

Menurut Van Zoest (dalam Sobur, 2013), semiotika merupakan ilmu yang mempelajari mengenai tanda-tanda (signs) beserta segala sesuatu yang terkait. Hal ini mencakup cara tanda-tanda tersebut bekerja, hubungannya dengan unsur lain, serta peran pengirim dan penerima dalam menafsirkan atau menggunakan tanda tersebut. Dengan demikian, simbol dalam kehidupan sehari-hari dipahami sebagai suatu bentuk yang memiliki makna tertentu, yang keberadaannya dibentuk melalui kesepakatan atau konvensi sosial.

Menurut Fiske, semiotika dimengerti sebagai ilmu yang menelaah simbol-simbol serta makna yang terkandung dalam sistem tanda. Secara singkat, semiotika merupakan kajian tentang bagaimana tanda-tanda dalam suatu karya mampu menyampaikan atau mengartikulasi makna tertentu (Fiske, 2012).

Pada intinya, analisis semiotika merupakan suatu pendekatan yang dimanfaatkan untuk menafsirkan makna dibalik simbol atau tanda yang muncul dalam suatu konteks. Proses komunikasi ini efektif apabila penerima pesan mampu menangkap dan memahami tanda-tanda yang disampaikan oleh pengirim pesan.

2.9 Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes merupakan seorang kritikus sastra asal Prancis yang lahir pada tahun 1915 di Cherbourg dari keluarga menengah Protestan. Sepanjang

hidupnya, ia telah membuat beberapa karya yang berpengaruh, dan banyak diantaranya tetap relevan hingga saat ini. Buku-buku yang ditulis oleh Roland Barthes sering dijadikan rujukan utama dalam kajian semiotika, termasuk dalam konteks akademik di Indonesia.

Teori semiotika Barthes hampir pasti berakar pada teori bahasa de Saussure. Dua konsep relevan mengenai semiotika yang dikembangkan oleh Barthes akan dibahas disini. Pertama, gagasan tentang hubungan sintagmatik maupun paradigmatik. Kedua, gagasan tentang denotasi dan konotasi. Pembahasan ini juga mengacu pada model dikotomis, sesuai dengan karakteristik strukturalisme Barthes (Hoed, 2011).

Teori semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes terdiri dari dua lapisan sistem tanda, yaitu tingkat denotasi dan konotasi. Denotasi merujuk pada makna literal atau makna secara langsung yang dihasilkan oleh hubungan antara penanda dan petanda dalam sistem signifikasi tingkat pertama. Sementara itu, konotasi pada tingkat kedua, yang mengacu pada makna tambahan yang muncul dari pengalaman, budaya atau ideologi tertentu. Selain kedua tingkatan tersebut, Barthes juga memperkenalkan sistem tanda ketika yang disebut mitos, yaitu makna ideologis yang dibentuk oleh budaya dan berperan dalam membangun realitas sosial (Hoed, 2011).

Roland Barthes menjelaskan bahwa mitos dalam semiotika tidak dipahami sebagai sekedar konsep, tetapi sebagai salah satu cara untuk membentuk dan menyampaikan makna (Sobur, 2013). Dalam hal ini mitos mengacu pada narasi-narasi tradisional atau sistem kepercayaan yang berkembang dalam masyarakat, yang merepresentasikan nilai-nilai atau ideologi tertentu.

Dalam semiotika yang dikemukakan oleh Roland Barthes, sistem signifikasi tingkat pertama dikenal sebagai denotasi. Sementara itu, konotasi berada pada tingkatan kedua yang mencerminkan makna yang lebih variatif. Makna denotatif memiliki arti yang sebenarnya atau langsung dari suatu tanda tanpa mengandung unsur kiasan.

Dalam peta semiotika Roland Barthes, konsep konotasi memiliki keterkaitan yang erat dengan mitos. Mitos adalah bentuk lanjutan dari makna konotatif yang melekat dalam pemahaman kolektif masyarakat. Roland Barthes

juga berpendapat bahwa mitos termasuk dalam sistem semiologis, yaitu suatu konsep tanda-tanda yang dimaknai oleh manusia (Hoed, 2011). Konotasi mempunyai sifat subjektif dan berfungsi sebagai bentuk signifikasi tingkat kedua, di mana makna denotatif sebelumnya sebagai penanda untuk menghasilkan petanda baru, yang kemudian membentuk makna lanjutan.

Menurut Sobur (Sobur, 2013), konotasi pada hakikatnya berkaitan erat dengan ideologi dan berfungsi sebagai pembenaran terhadap nilai-nilai dominan dalam suatu periode tertentu. Mitos terbentuk melalui proses pemaknaan yang berkelanjutan. Secara singkat, mitos dipahami sebagai sistem tanda yang beroperasi pada tingkat pemaknaan kedua.

1. Signifier (penanda)	2. Signifield (petanda)
3. Denotative sign (tanda denotatif)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIELD (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Gambar 3. Peta Tanda Barthes

Menurut Cobley dan Jansz, dalam peta semiotika tersebut, tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Namun, secara bersamaan, tanda bahasa tersebut juga dapat berfungsi sebagai penanda konotatif (4). Artinya, suatu unsur material hanya dapat dimaknai secara konotatif, misalnya sebagai simbol keberanian, atau kegagahan jika sebelumnya telah dipahami sebagai tanda yang merujuk pada objek tertentu, seperti singa (Sobur, 2013).