

***Cancel Culture* di Twitter: Etnografi Virtual Kasus Gofar Hilman dan Radio Prambors di Akun @Prambors**

Roseline¹, Julius², Laura Abigail Christie Boseke³, Setika Sidhik Nurhidayat⁴

¹Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia
e-mail: m83220017@student.ubm.ac.id

²Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia
e-mail: m83220011@student.ubm.ac.id

³Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia
e-mail: m83220013@student.ubm.ac.id

⁴Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia
e-mail: m83220018@student.ubm.ac.id

Cara Sitasi: Roseline, Julius, Laura A C B, Setika S N, (2023) *Cancel Culture* di Twitter: Etnografi Virtual Kasus Gofar Hilman dan Radio Prambors di Akun @Prambors, 2023 23(1), 10-15 Retrieved from <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>

Abstract - *The cancel culture phenomenon is an action that has become a culture in today's digital era, especially on social media platforms. The case of Gofar Hilman and Radio Prambors that went viral at that time made us as researchers want to take a deeper look at the virtual ethnography of the case, especially on Twitter. The purpose of this research is to get an idea about the effect of cancel culture on Twitter on people's responses in Indonesia. This study uses a constructivist paradigm using qualitative research methods and descriptive studies. To strengthen the validity of this study, data collection techniques were used through literature studies about new media and document analysis in the form of Tweets in the comments column uploaded by Radio Prambors's account, @Prambors on Twitter. The results of this study indicates that the cancel culture in Indonesia often shows their cohesiveness by throwing comments in the form of negative sentiments, but in the end sometimes these actions produce something with action after a phenomenon has gone viral.*

Keywords: *Cancel Culture, Twitter, Virtual Ethnography*

PENDAHULUAN

Seperti yang dapat diketahui, di era digitalisasi sekarang ini, merupakan hal yang sudah biasa untuk melihat sebuah fenomena dimana setiap orangnya pasti menggenggam *smartphone* mereka pada kondisi apapun. Tidak perlu jauh-jauh, fenomena tersebut dapat kita lihat melalui kondisi yang terjadi di Indonesia sendiri yang pada zaman sekarang terdapat semakin banyak masyarakat yang merupakan pengguna *smartphone*. Hal ini dapat terjadi akibat pembelian *smartphone* yang kini lebih mudah untuk akses pembeliannya, serta *smartphone* kini dapat dibeli dengan harga yang cukup terjangkau dengan fitur-fitur yang sudah cukup lengkap, terutama untuk mengakses internet. Penggunaan *smartphone* sendiri memiliki berbagai macam manfaat, salah satunya adalah sebagai sarana atau media manusia berkomunikasi, sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses internet dan berbagai macam platform media sosial dan terhubung dengan banyak orang, baik yang dikenal maupun yang tidak dikenal.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), internet adalah sebuah jaringan komunikasi berbasis elektronik yang dapat menghubungkan satu jaringan komputer dengan fasilitas komputer yang terdapat di seluruh dunia, dan penggunaan internet sendiri diatur melalui jaringan telepon atau satelit. Sedangkan media sosial sendiri adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Liedfray et al., 2022), atau dengan kata lain media sosial merupakan sebuah media untuk bersosialisasi yang dilakukan secara *online* atau daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Media sosial menghapus batasan-batasan antar manusia untuk melakukan interaksi dan bersosialisasi, sehingga dengan adanya media sosial ini, sangat membantu pengguna dalam hal berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tanpa memperdulikan seberapa jauh jarak mereka.

Fenomena *cancel culture* menyoroti kepada *public figure* atau orang yang memiliki kuasa, namun pada akhirnya *cancel culture* juga terjadi pada orang biasa atau masyarakat awam. *Cancel culture* dilakukan kepada seseorang yang dianggap melakukan atau mengatakannya sesuatu yang dianggap ofensif atau problematik yang dianggap merugikan orang lain. Fenomena *cancel culture* sendiri berawal dari Amerika Serikat, yang disana *cancel culture* merupakan perkembangan dari 'Woke Culture' dan 'Call-out Culture' yang secara harfiah, berarti 'bangun' dan dapat diartikan sebagai sikap yang paham dan peduli soal isu-isu sosial. Salah satu isu yang sering dibahas adalah isu kekerasan seksual. Kekerasan seksual sendiri menurut *World Health Organization* (WHO) adalah semua tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh tindakan seksual yang diarahkan pada seksualitas seseorang dengan paksaan. Kasus *cancel culture* mengenai kekerasan seksual di media sosial Twitter menjadi gerakan yang masif sejak tagar #MeToo dimulai oleh seorang artis, Alyssa Milano, viral di Amerika Serikat. Pada kasus tersebut, Alyssa Milano mengajak para pengikut akun Twitternya untuk membagikan pengalaman kekerasan seksual yang mereka alami dengan menggunakan tagar #MeToo. Gerakan *speaking up* ini lalu diikuti dengan aksi pemboikotan para pelaku kekerasan seksual. Dalam melakukan aksi *cancel culture*, tidak jarang para warganet akan memberikan hukuman sosial berupa makian dan hinaan kepada pelaku, memboikot sebuah konten atau *brand* yang dimiliki oleh pelaku, bahkan menyebarkan informasi pribadi para pelaku dan keluarganya (Koh, 2022).

Kasus *cancel culture* mengajak seseorang untuk melakukan gerakan atas suatu permasalahan yang lambat direspon oleh pemerintah atau pemangku kebijakan sebagai upaya untuk menyuarakan ketidaknyamanan mereka (warganet) yang sekarang memiliki suara dan keberanian untuk lebih vokal dalam menyuarakan suatu permasalahan. Sebuah survei pada tahun 2020 yang dilakukan oleh Pew Research Center menyoroti kontroversi seputar *cancel culture*, terdapat sebanyak 38% orang mengatakan bahwa *cancel culture* menghukum mereka yang tidak bersalah, sedangkan sebanyak 58% diantara para informan merasa *cancel culture* membantu mendorong seseorang bertanggung jawab atas tindakan mereka.

Media sosial sendiri terdiri dari berbagai platform. Beberapa contoh media sosial adalah seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Snapchat yang merupakan jenis media sosial berbasis *media sharing*, sehingga jenis konten yang dibagikan kebanyakan adalah dari sisi visual, yakni seperti foto maupun video. Ada pula jenis media sosial berbasis *social networking*, seperti Facebook, LinkedIn, dan Twitter. Platform-platform tersebut memiliki tujuan untuk

saling terkoneksi secara daring dengan banyak orang. Pada pembahasan dari fenomena yang ada di judul, diangkatlah Twitter sebagai platform yang ingin dibahas. Twitter sendiri merupakan layanan media sosial yang biasanya dipakai oleh masyarakat Indonesia, baik dari pengguna personal maupun pengguna institusi. Platform Twitter digunakan oleh masyarakat karena melalui Twitter, penggunaannya dimudahkan untuk saling berinteraksi sehingga dapat mempermudah juga untuk memunculkan *trending topic* (Juditha, 2018). Twitter merupakan situs jejaring sosial online yang digunakan untuk orang-orang berkomunikasi dalam pesan singkat (Aida & Hardiyanto, 2022). Hal ini dikarenakan platform Twitter sendiri membatasi penggunaannya untuk hanya menggunakan 280 karakter dalam satu *tweet*. *Tweet* adalah pesan yang akan diunggah di platform Twitter, dapat berupa pesan teks, foto, video, atau tautan. Pada kesimpulannya, Twitter merupakan jejaring sosial berbasis internet yang dipakai dan disukai oleh berbagai kalangan masyarakat dan biasanya dalam bentuk pesan singkat.

Budaya *cancel culture* merupakan sebuah fenomena yang umumnya terjadi di media sosial, sehingga membuat orang-orang berani untuk memasang topeng dengan bertujuan untuk mengucilkan korbannya. Fenomena *cancel culture* adalah peristiwa dimana orang yang mempunyai pengaruh tinggi di dalam masyarakat membuat suatu pernyataan yang menyinggung kelompok tertentu di media sosial. Individu yang biasanya menjadi target *cancel culture* adalah politisi, aktor/ aktris, atau tokoh masyarakat, *cancel culture* juga bisa berdampak kepada perusahaan jasa atau barang (Zulfikar, 2016). Hal tersebut dapat terjadi bila orang tersebut mengatakan pernyataan di media sosial yang dapat menyinggung orang banyak. Dampak terjadinya *cancel culture* menyebabkan banyak orang yang akhirnya terkucilkan dalam kehidupan sehari-hari mereka (Prastiwi, 2022).

Terdapat lima alasan mengapa seseorang melakukan tindakan *cancel culture* (Henderson, 2019):

1. *Cancel culture* meningkatkan status sosial pelaku
2. *Cancel culture* mengurangi status sosial korban
3. *Cancel culture* memperkuat ikatan sosial terhadap masyarakat
4. *Cancel culture* memaksa korban untuk *speaking up* atau mengungkapkan diri
5. *Cancel culture* menghasilkan kesenangan bagi pelaku

Penggunaan media sosial untuk melakukan berbagai gerakan secara sosial dapat dikatakan cukup efektif, terutama di media sosial Twitter. Ditemukan bahwa di Twitter, terdapat banyak sekali kegiatan *cancel culture* yang sangat masif. Hal ini dapat dikatakan

bahwa seorang komunikator beserta audiensnya sangat menggunakan dan memanfaatkan media baru (Waani & Wempi, 2021).

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian yang kami rujuk, penelitian ini menggunakan Paradigma Konstruktivis. Paradigma Konstruktivis berasumsi bahwa pengetahuan kita tentang hal-hal nyata tidak terdefinisi secara langsung tetapi dimediasi oleh konsep, bahasa, dan kepentingan praktis (Denzin & Lincoln, 2009). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif melalui studi kasus.

Menurut Patton, para peneliti konstruktivis mempelajari berbagai macam realitas yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lain. Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang unik. Penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Patton, 2015).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari studi literatur tentang teori media baru untuk gerakan sosial baru. Selain itu, data primer juga diperoleh dari analisis dokumen berupa *tweet* dengan menggunakan kata kunci 'Prambors' dan 'Gofar Hilman'.

Data sekunder diperoleh dari studi literatur pada jurnal yang memiliki topik serupa dengan riset ini. Untuk lebih memperkuat, data sekunder yang digunakan adalah studi kasus #CancelNetflix dokumentasi pelaporan di media *online*. Menjelaskan kronologis penelitian, termasuk desain penelitian, prosedur penelitian (dalam bentuk algoritma, Pseudocode atau lainnya), bagaimana untuk menguji dan akuisisi data. Deskripsi dari program penelitian harus didukung referensi, sehingga penjelasan tersebut dapat diterima secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cancel culture adalah sebuah budaya respon publik yang terjadi di media sosial dengan tujuan untuk meminta pertanggungjawaban masyarakat dengan cara menarik perhatian pada perilaku yang dianggap bermasalah. *Cancel culture* adalah bentuk boikot dimana seseorang, termasuk selebritis atau *influencer*, telah memberikan sebuah pendapat yang meragukan, lalu kemudian dibatalkan atau di-*blacklist* oleh masyarakat luas (Mardatila, 2021). *Cancel culture* sendiri cenderung bergantung pada seberapa jauh sesuai dengan kelompok yang dominan (Norris, 2021)

Cancel culture memiliki berbagai dampak untuk semua pihak, baik bagi pihak korban yang mendapatkan perlakuan *cancel culture*, pihak pelaku yang melakukan tindakan *cancel culture* tersebut, dan bahkan bagi pihak orang yang mengamati fenomena tersebut. Berikut merupakan beberapa dampak negatif yang dapat terjadi akibat perlakuan budaya *cancel culture*:

Dampak Negatif Bagi Korban

Fenomena *cancel culture* yang terjadi sekarang ini menjadi ajang mengintimidasi dan perlakuan *bullying* kepada korbannya. Secara psikologis, tindakan tersebut dapat membuat korban merasa bahwa dirinya dikucilkan oleh banyak orang dan menjadi merasa terisolasi, bahkan dapat juga mengakibatkan korban mengalami gangguan mental seperti merasakan cemas, depresi, atau yang paling fatal adalah bunuh diri (Dholakia, 2020).

Dampak Negatif Bagi Pelaku

Salah satu dampak fenomena *cancel culture* ini bagi pelaku adalah menurunnya tingkat empati bagi sesama. Hal ini karena sebagai pelaku akan cenderung tidak mau mendengar dan memahami posisi korban, bahkan cenderung menolak opini ataupun klarifikasi yang dikeluarkan oleh korban (Segal, 2021).

Dampak Negatif Bagi Pengamat

Apabila terlalu sering mengamati fenomena *cancel culture*, pengamat dapat juga merasakan kekhawatiran dan cemas karena apabila terjadi suatu kesalahan yang mungkin akan terjadi di kemudian hari, dikhawatirkan akan terjadi fenomena *cancel culture* tersebut terjadi pada dirinya.

Walaupun budaya *cancel culture* memiliki banyak sekali dampak negatif bagi berbagai pihak, namun budaya *cancel culture* ini ternyata juga mempunyai dampak positif. Dengan adanya budaya *cancel culture* tersebut, maka akan terjadi perubahan sosial dan menjadi peringatan agar seseorang tidak melakukan tindakan secara sembarangan yang dapat berujung fatal. Dari berbagai fenomena-fenomena yang terjadi dan terdapat budaya *cancel culture*, seseorang dituntut untuk berpikir panjang terlebih dahulu sebelum melakukan suatu tindakan (Toler, 2022).

Salah satu contoh *cancel culture* yang terjadi di media sosial Twitter yang sempat viral beberapa waktu lalu adalah mengenai fenomena kasus yang terjadi pada Gofar Hilman dan Radio Prambors. Gofar Hilman adalah seorang pebisnis, aktor, dan penyiar radio yang pernah mendapatkan apresiasi berupa rekor MURI atas prestasinya dalam memecahkan rekor jumlah waktu siaran terlama. Namun, pada tahun 2021, Gofar Hilman memutuskan untuk berhenti dari aktivitasnya di media sosial maupun di dunia hiburan karena dituding melakukan kasus tindakan pelecehan seksual

kepada seorang wanita. Pada tahun 2022, korban yang memberi tuduhan tersebut kemudian akhirnya mengakui bahwa tuduhan tersebut tidak benar, sehingga di saat yang bersamaan, Gofar Hilman pun perlahan mulai membuka diri di sosial media dan muncul di beberapa program-program hiburan. Sampai pada akhirnya, pada bulan Mei 2022, Radio Prambors mengunggah sebuah *postingan* di platform media sosial mereka yang memuat pengumuman bahwa Gofar Hilman akan menjadi penyiar Prambors untuk program pagi mereka, yaitu *Prambors Morning Show*. Unggahan tersebut memunculkan kontra pada berbagai pihak, sehingga warganet kemudian beramai-ramai memberikan komentar di platform media sosial Radio Prambors, terutama di Twitter. Warganet banyak memberikan komentar dengan sentimen negatif yang pada intinya mereka tidak setuju dan menolak kehadiran Gofar Hilman sebagai penyiar Radio Prambors. Radio Prambors sendiri adalah sebuah jaringan radio yang memiliki target audiens berupa remaja hingga dewasa muda. Radio Prambors memiliki beberapa program-program yang dinilai oleh masyarakat Indonesia sangat menghibur.



Sumber: Twitter @Prambors

Gambar 1. Unggahan Prambors mengenai Pengumuman Gofar Hilman



Sumber: Twitter @0kurrtrrrrrrr

Gambar 2. Komentar salah satu warganet dengan sentiment negatif



Sumber: Twitter @Prakarsautama

Gambar 3. Komentar salah satu warganet dengan sentiment negatif

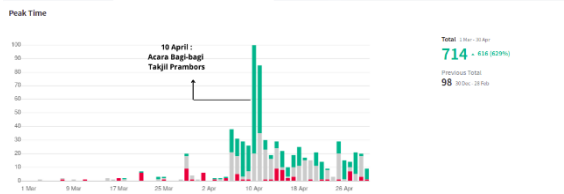
Setelah adanya unggahan di media sosial Twitter @Prambors mengenai pengumuman bergabungnya Gofar Hilman ke program pada Radio Prambors tersebut serta komentar-komentar yang bersentimen negatif dilemparkan di kolom balasannya, selanjutnya ada juga sebuah petisi yang dilayangkan oleh Aku Perempuan melalui platform atau wadah petisi dunia untuk melakukan sebuah perubahan, Change.org. Aku Perempuan melayangkan petisi tersebut dengan alasan tidak setuju dengan keputusan Radio Prambors untuk memilih Gofar Hilman sebagai penyiar di program *Prambors Morning Show*, yang dimana program tersebut disiarkan pada *prime time* di pagi hari, dimana merupakan jam orang-orang berangkat kerja atau bahkan mengantarkan anaknya berangkat ke sekolah. Hingga kini per tanggal 8 Agustus 2022, petisi yang berjudul 'Dear Prambors, Kenapa Gofar?' tersebut telah ditandatangani oleh 11.738 orang.



Sumber: https://www.change.org/p/dear-prambors-kenapa-gofar?utm_medium=twitter&utm_source=id-kenapaharusgofar&utm_campaign=id-210522

Gambar 4. Petisi 'Dear Prambors, Kenapa Gofar?' di Platform Change.org

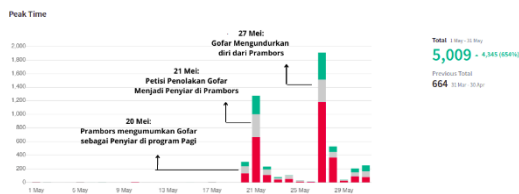
Menurut analisa dari Netray (Putri & Trilatifah, 2022), Radio Prambors pada bulan April 2022 mendapatkan citra dan komentar dengan sentimen yang positif di media sosial Twitter karena aksi mereka di bulan Ramadhan, dimana pada saat itu Radio Prambors mengadakan kegiatan berupa acara amal, berbagi takjil, dan kuis yang berkaitan dengan Ramadhan 2022. Analisa tersebut dilakukan melalui pencarian di Twitter dengan memasukkan kata kunci 'Prambors'.



Sumber: Netray <https://analysis.netray.id/engaruh-cancel-culture-gofar-hilman-terhadap-citra-prambors-fm/>

Gambar 5. Analisis Netray dengan kata kunci 'Prambors' pada periode Maret dan April 2022

Namun kemudian pada bulan Mei 2022, dimana Radio Prambors mulai mengunggah unggahan berupa pengumuman hadirnya Gofar Hilman ke Radio Prambors (lebih tepatnya pada tanggal 20 Mei 2022), Twitter Radio Prambors mulai dibanjiri dengan komentar-komentar yang bersentimen negatif dari warganet dan mendapatkan citra yang negatif di mata para pengguna maupun pengikut @Prambors di media sosial Twitter.



Sumber: Netray <https://analysis.netray.id/engaruh-cancel-culture-gofar-hilman-terhadap-citra-prambors-fm/>

Gambar 6. Analisis Netray dengan kata kunci 'Prambors' pada periode Mei 2022

Puncak pembahasan tersebut berada pada tanggal 27 Mei 2022, dimana Radio Prambors dan Gofar Hilman akhirnya melayangkan pengumuman resmi dan mengunggahnya di media sosial Twitter kembali. Pengumuman tersebut berupa Gofar Hilman yang pada akhirnya mengundurkan diri dari program Radio Prambors.



Sumber: Twitter @Prambors

Gambar 7. Unggahan Radio Prambors mengenai batalnya kolaborasi dengan Gofar Hilman

Mundurnya Gofar Hilman dari program yang ditawarkan oleh Radio Prambors ini diduga karena begitu besarnya penolakan atau terjadinya budaya *cancel culture* yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia akibat kasus yang pernah terjadi pada Gofar Hilman. Dengan hormat, pada akhirnya Gofar Hilman mengundurkan diri dengan alasan hal tersebut merupakan salah satu bentuk rasa sayang Gofar Hilman terhadap Radio Prambors.

KESIMPULAN

Fenomena *cancel culture* adalah fenomena dimana orang atau tokoh masyarakat membuat suatu pernyataan di media sosial baik itu tentang rasis dan seksis yang dianggap bermasalah bagi warga internet. Fenomena *cancel culture* ini biasanya terjadi pada tokoh masyarakat, selebritas, aparaturnegara & tokoh agama atau yang biasa disebut panutan. Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara *online* yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Media sosial menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu, dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun mereka berada dan kapanpun, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang ataupun malam.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, metode kualitatif dan studi kasus. Terdapat beberapa dampak yang ditimbulkan dari *cancel culture*, antara

lain: dampak bagi korban, pelaku, dan pengamat.

REFERENSI

- Aida, N. R., & Hardiyanto, S. (2022, March 24). *Mengenal apa itu Twitter dan mengapa orang menggunakannya*.
<https://www.kompas.com/tren/read/2022/03/24/200500665/mengenal-apa-itu-twitter-dan-mengapa-orang-menggunakannya?page=all>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research* (3rd ed.). Sage Publication.
- Dholakia, U. (2020, July 27). *What Is Cancel Culture?* Psychology Today.
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-science-behind-behavior/202007/what-is-cancel-culture#:~:text=Source%3A%20Social%20canceling%2F%20Graphic%20by,to%20punish%20and%20harm%20them.>
- Henderson, R. (2019, December 1). *5 Reasons Why People Love Cancel Culture*. Psychology Today.
<https://www.psychologytoday.com/intl/blog/after-service/201912/5-reasons-why-people-love-cancel-culture>
- Juditha, C. (2018). FENOMENA TRENDING TOPIC DI TWITTER: ANALISIS WACANA TWIT #SAVEHAJILULUNG. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 16(2), 138.
<https://doi.org/10.31346/jpikom.v16i2.1353>
- Koh, S. A. (2022). 'Cancel Culture' and Criminal Justice. *Hastings Law Journal*, 74.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Mardatila, A. (2021). *Mengenal Apa itu Cancel Culture dan Kaitannya dengan Baik atau Buruk, Perhatikan Ini*.
<https://www.merdeka.com/sumut/mengenal-apa-itu-cancel-culture-dan-apakah-itu-baik-atau-buruk-klm.html>
- Norris, P. (2021). Cancel Culture: Myth or Reality? *Political Studies*, 71(1), 145–174.
<https://doi.org/10.1177/00323217211037023>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (V. Knight & K. Bierarch, Eds.; Fourth). SAGE Publications, Inc.
- Prastiwi, M. (2022, February 19). *Pakar Unair Beri Tips Cegah "Cancel Culture" di Media Sosial*.
<https://www.kompas.com/edu/read/2022/02/19/063900171/pakar-unair-beri-tips-cegah-cancel-culture-di-media-sosial?page=all>
- Putri, A., & Trilatifah, W. (2022, June 6). *Pengaruh 'Cancel Culture' Gofar Hilman Terhadap Citra Prambors FM*.
- Segal, E. A. (2021, June 18). *Cancel Culture and Empathy: Can They Coexist?* Psychology Today.
<https://www.psychologytoday.com/us/blog/social-empathy/202106/cancel-culture-and-empathy-can-they-coexist>
- Toler, L. (2022, April 14). *The Mental Health Effects of Cancel Culture*.
<https://www.verywellmind.com/the-mental-health-effects-of-cancel-culture-5119201>
- Waani, M. S., & Wempi, J. A. (2021). Cancel Culture as a New Social Movement. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(7), 266–270. www.ajhssr.com
- Zulfikar, A. W. (2016). *Cancel Culture, The Real Power of Social Media*.
<http://www.psikogenesis.com/2021/10/cancel-culture-real-power-of-social.html>

PROFIL PENULIS

Roseline, S.Ds., mahasiswi di Universitas Bunda Mulia di Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi sejak 2022. Menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) pada tahun 2021 di Universitas Bina Nusantara dengan Program Studi Desain Komunikasi Visual – New Media, *School of Design*.

Julius, S.I.Kom., mahasiswa di Universitas Bunda Mulia di Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi sejak 2022. Menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) pada tahun 2020 di Universitas Bunda Mulia di Fakultas Ilmu Sosial Humaniora Program Studi Ilmu Komunikasi.

Laura Abigail Christie Boseke, S.Psi., mahasiswi di Universitas Bunda Mulia di Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi sejak 2022. Menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Tarumanagara pada tahun 2019 di Fakultas Psikologi.

Setika Sidhik Nurhidayat, S.Pd., Bidang Kemahasiswaan Universitas Bunda Mulia Jakarta, serta mahasiswa di Universitas Bunda Mulia di Program Pascasarjana Magister Ilmu Komunikasi sejak 2022. Menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Negeri Malang dengan Program Studi Teknologi Pendidikan.

