

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Fenomena *cancel culture* atau call-out culture merupakan istilah yang marak terjadi di media sosial saat ini. Media sosial menjadi salah satu alat komunikasi yang membuka jalan *cancel culture* dapat terjadi. Perkembangan teknologi dalam mengakses informasi kapan saja dan dimana saja membuat masyarakat dengan mudahnya mendapatkan informasi yang sedang viral pada media sosial, mengingat juga *cancel culture* banyak terjadi di media sosial. *Cancel culture* sendiri merupakan budaya pembatalan atau boikot terhadap seseorang yang melakukan sebuah kesalahan dengan cara mengucilkan seseorang. Perbuatan ini dianggap sebagai demokrasi media sosial, kritik terbuka terhadap isu sosial yang ada. (Dwi et al., 2022)

Korban dari *cancel culture* umumnya adalah tokoh publik seperti selebriti, influencer, bahkan politisi yang mengalami skandal sehingga budaya ini cukup menakutkan bagi mereka karena dapat menghancurkan karier mereka. (Arfianti et al., 2023) Skandal yang dilakukan berupa pelecehan seksual, kekerasan, maupun pelanggaran terhadap norma masyarakat maupun isu kemanusiaan lainnya. Kehancuran seseorang oleh karena *cancel culture* ini tidak hanya berdampak pada karier mereka, melainkan juga psikis dan materi mereka. Upaya *cancel culture* di media

sosial memang menuai banyak pro dan kontra. Banyak pihak yang menganggap *cancel culture* adalah tindakan intoleransi.(Juniman, 2023)

*Cancel culture* merupakan budaya baru yang diterapkan di Indonesia. *Cancel culture* di Indonesia tentu akan dialami oleh selebriti, influencer, bahkan politisi di Indonesia umumnya dilakukan melalui media sosial bahkan sampai media massa. Netizen menjadi pemeran utama dalam proses *cancel culture* yang dilakukan untuk melakukan aksi boikot tersebut. Media sosial di Indonesia sebagai wadah untuk menyalurkan kebebasan berpendapat ini memperluas kesempatan untuk melancarkan budaya boikot ini agar selebriti, influencer, bahkan politisi segera henggang dari dunia maya. Tujuan netizen melakukan *cancel culture* ini adalah upaya untuk menghentikan monopoli bagi mereka yang memiliki hak istimewa, sehingga secara kemauan individu melakukan aksi boikot tersebut.

Budaya boikot yang baru dimulai ini telah berimbas dan diterapkan pada beberapa selebriti maupun influencer Indonesia diantaranya, Rachel Vennya, Ayu Ting-Ting, Zara Adisty, Nikita Mirzani, dan masih banyak lagi. Selebriti yang mengalami *cancel culture* di Indonesia ini diboikot akibat tindakannya yang melanggar aturan maupun norma yang berlaku. Mereka menerima dampak dengan adanya hujatan yang terus menerus menyerang media sosial mereka, penurunan pengikut media sosial, diberhentikan dari stasiun televisi hingga pembatalan kerja sama akibat kasus yang mereka lakukan.(melissa bunga altamira, 2023)

Kasus *cancel culture* pertama di Indonesia yang dilasir melalui media berita Herstory menyebutkan dialami oleh salah satu influencer yaitu Rachel Vennya Roland, atau yang sering dipanggil Buna. Rachel Vennya merupakan seorang selebgram yang cukup populer di media sosial Instagram sejak tahun 2016 dan memiliki berbagai macam bisnis. Rachel Vennya sebagai seorang influencer tentu menarik perhatian publik untuk mengikuti setiap kegiatan dan hal-hal pribadi yang ia bagikan pada media sosialnya. Kepopulerannya mengundang minat masyarakat untuk mengulik kembali kehidupan Rachel Vennya hingga terjadilah kasus melepaskan hijab serta kabur dari karantina pada saat pandemic Covid-19 yang dilakukan oleh Rachel Vennya. (Rasyidah, 2022)

Tindakan kontroversial Rachel Vennya yang mengakibatkan dirinya mengalami *cancel culture* yang besar bermula pada tanggal 11 Oktober 2021 dengan munculnya sebuah berita yang memberitakan isu Rachel Vennya kabur dari karantina usai kepulangannya dari Amerika Serikat. Berita ini dilasir oleh CNBC Indonesia yang memberitakan adanya isu Rachel Vennya kabur dari karantina. Usai berita ini terbit, kasus yang dilakukan Rachel Vennya menjadi ramai dan menarik perhatian masyarakat hingga Rachel Vennya mengalami *cancel culture*. Penggemar maupun pengikutnya di media sosial merasa kecewa dengan tindakannya hingga melakukan aksi boikot terhadap Rachel Vennya. Setelah mengalami proses hukum dan penyelidikan kasus ini usai pada tahun akhir 2021 dengan hasil

divonis hukuman percobaan. Namun setelah kasus ini ditutup media masih mengangkat kasus Rachel Vennya pada tahun 2021 lalu.

Pada 10 Agustus 2023, kembali muncul berita melalui media Jabar.Viva saat Rachel Vennya hadir menjadi tamu pada podcast Denny Sumargo yang akrab disebut Densu yang menjadi teman salah satu brand Bersama dengan Rachel Vennya. Podcast tersebut sempat menyinggung Kembali kasus Rachel Vennya di tahun 2021. Kasus yang dilakukan oleh Rachel Vennya kurang lebih selama 2 tahun telah berlalu. Melalui podast Densu menunjukkan sebenarnya kasus Rachel Vennya tidak hilang begitu saja, karena Rachel Vennya masih berada di Amerika Serikat, Densu menilai tindakan Rachel Vennya sebagai tindakan yang manipulatif. Densu menyebutkan bahwa Rachel Vennya manipulatif ketika menghadapi kasus tersebut dan Rachel Vennya terlihat mengiyakan apa yang dikatakan oleh Densu. Menurut Densu cara Rachel Vennya berusaha keluar dari kasusnya cukup manipulatif. (Masruroh, 2023)

Pada Desember 2022 kembali muncul berita melalui media Suara.com yang menyebutkan deretan kasus yang dilakukan oleh Rachel Vennya, untuk Kembali mengingat bahwa 1 tahun lalu Rachel Vennya telah melakukan kesalahan yang begitu fatal dan mengakibatkan dirinya mengalami *cancel culture* . Bentuk aksi boikot melalui berita ini menunjukkan bahwa pada akhir 2022, kasus Rachel Vennya pada tahun sebelumnya tetap menjadi perbincangan publik, dan segala sesuatu dalam hidupnya akan terus dikulik. Berita yang diunggah ini ternyata tidak

berefek apapun pada Rachel Vennya sehingga Rachel Vennya dapat melanjutkan kehidupannya dengan tenang. (Halidi, 2022)

Kasus yang dilakukan oleh Rachel Vennya pada tahun 2021 memang sangat fatal bahkan melakukan kesalahan beruntun yang membuatnya harus menanggung akibat yang begitu berat. Pada Oktober 2021, Rachel Vennya melakukan tindakan melanggar peraturan pemerintah mengenai aturan COVID 19 dengan kabur dari karantina wisma atlet sehabis liburan dari Amerika Serikat. Ketentuan menjalankan masa karantina seharusnya 8x24 jam, namun Rachel Vennya disebut hanya menjalankan masa karantina 3 x 24 jam. Peraturan ini tertuang pada Keputusan Ketua Satgas Pengamanan Nomor 12 Tahun 2021. Isu kasus Rachel Vennya bermula saat salah satu komentar yang diunggah oleh salah satu pengguna yang menyebutkan bahwa dirinya adalah seorang petugas administrasi Rumah Sakit Darurat Covid-19 (RSDC) di Wisma Atlet. Komentar tersebut mengatakan bahwa petugas tidak mencatat nama Rachel Vennya untuk menjalankan masa karantina namun melakukan perjalanan wisata dengan kerabat dan keluarganya.

Tidak hanya berhenti pada kasus kabur dari karantina, nyatanya Rachel Vennya juga melakukan suap. Salah satu berita dalam media Kompas.com juga menyebutkan bahwa Rachel Vennya melakukan suap sebesar 40 juta usai keluar dari karantina. Kasus suap yang dilakukan oleh Rachel Vennya melanggar Pasal 14 Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1984

mengenai Wabah Penyakit Menular dan Pasal 93 Undang-Undang Nomor 6 tahun 2018. (Tria Sutrisna, 2021)

Selain kasus kabur dari karantina, upaya boikot atau *cancel culture* yang dialami oleh Rachel Vennya yaitu ketika Rachel Vennya memutuskan untuk melepas hijabnya pada tanggal 22 Desember 2022. Tindakan Rachel Venny ini menuai pro dan kontra bagi netizen. Hal ini menyebabkan Rachel Vennya menutup kolom komentar Instagram pribadinya dalam beberapa waktu. Kekecewaan yang dirasakan oleh penggemar Rachel Vennya menyebabkan Rachel Vennya menerima kritik hingga hujatan akibat tindakannya kontroversial.

Kontroversi yang dilakukannya ini terus menarik sorotan publik hingga pada tanggal 30 Oktober 2023 dilansir melalui media Suara.com dalam podcastnya Bersama dengan Atta Halilintar dan istri, Rachel mengungkapkan alasannya melepaskan hijabnya. Alasan yang dikemukakan oleh Rachel makin menarik perhatian publik karena Rachel menyebutkan bukan karena takut dosa ia melepaskan hijabnya, melainkan Rachel Vennya lebih takut dengan tanggapan orang lain terhadapnya. Ungkapannya ini membuat ramai warganet sehingga media sosial Rachel Vennya kembali muncul komentar-komentar yang mengingatkannya pada kejadian tahun 2021 lalu. (Endra & Raihany, 2023)

Kasus yang beruntut dan terjadi di dalam waktu yang dekat mulai dari melepas hijab, kabur dari karantina, melakukan suap, bahkan

merayakan pesta ulang tahunnya di tengah masa karantina mengakibatkan Rachel Vennya menerima *cancel culture* dari netizen Indonesia. Kesalahan dan tindakannya yang melanggar aturan pemerintah serta merugikan masyarakat, mengingat virus corona sedang tinggi di Indonesia, terlebih Rachel Vennya baru saja pulang dari luar negeri. Sebagai sosok publik figur dan Influencer di media sosial, memberikan beban lebih besar bagi Rachel Vennya agar berhati-hati dalam tindakannya. Rachel Vennya lalai dalam menjaga kepercayaan publik terhadapnya atas apa yang ia lakukan.

Aksi boikot yang dilakukan oleh netizen terhadap Rachel Vennya cukup besar dampaknya. Dampak *cancel culture* yang diterima ialah Rachel Vennya mengalami penurunan jumlah followers hingga 134.000 followers pada media sosial instagramnya, hujatan demi hujatan terus ia terima, dan Rachel Vennya juga harus menjalankan proses hukum yang ada. Rachel Vennya sempat hiatus dari media sosialnya untuk beberapa waktu, menutup semua kolom komentar media sosialnya, dan menutup semua kerja sama bisnisnya, baik endorsement, maupun bisnis pribadinya. Rachel Vennya berkali-kali menemui pihak hukum untuk menjalankan proses hukum.

Pada akhirnya, 3 November 2021 Rachel Vennya mengunggah permintaan maaf pada media sosial instagramnya. Rachel Vennya menuliskan permintaan maaf atas tindakan egoisnya dan siap melanjutkan proses hukum yang ada. Pada awal 2022 Rachel Vennya ke media sosial instagramnya dan melanjutkan bisnisnya ditengah pasca *cancel culture*

yang ia alami, sehingga lama-kelamaan kasus Rachel Venny ini hilang ditelan waktu.

Karier yang benar benar hancur usai *cancel culture* dapat dialami oleh tokoh publik terkait, namun kenyataannya, ada juga tokoh publik yang Kembali ke lingkungan medeia sosial bahkan stasiun televisi dan kariernya naik. Hal ini menunjukkan bahwa kenyataannya, proses tindakan *cancel culture* yang dialami oleh tokoh publik di Indonesia tidak berjalan dengan maksimal. Banyak tokoh publik yang pada akhirnya kembali lagi ke media sosial maupun aktivitas televisi usai isu yang viral terjadi tersebut redup, bahkan seolah-olah apa yang terjadi tidak pernah terjadi. Karier yang dialami pasca *cancel culture* juga semakin naik. Hal ini dapat disebut dengan fenomena *comeback*.

*Comeback* merupakan istilah bagaimana seseorang kembali setelah pasca *cancel culture* dan upaya yang dilakukannya untuk kembali populer mendapatkan kepercayaan publik. Hal ini dilakukan untuk mengembalikan citra diri mereka dengan mengembalikan kepercayaan publik agar dapat berada di posisi awal mereka. Tokoh publik Proses *comeback* bermacam-macam dan beberapa tokoh publik Indonesia juga menerapkan hal ini sehingga mendapatkan kembali kepercayaan masyarakat. Namun, efek *comeback* ini seakan-akan memberikan efek yang tidak cukup serius bagi tokoh publik yang mengalami *cancel culture* sebelumnya. *Comeback* membuka kesempatan lebih besar bagi mereka untuk kembali tanpa menanggung resiko yang begitu besar dan setimpal dengan apa yang mereka

lakukan menjadi tokoh publik. Sedangkan, tujuan dari *cancel culture* sendiri adalah memberikan rasa jera bagi tokoh publik yang mengalami boikot di lingkungan sosial. (Holman, 2020)

Proses *comeback* ini juga dilakukan oleh Rachel Vennya, sehingga saat ini Rachel Vennya dapat melakukan aktivitas media sosialnya dengan bebas karena *comeback* yang ia lakukan cukup berhasil. Melalui bantuan media, Rachel Vennya dapat memulihkan citranya di hadapan publik, Hal ini terbukti melalui kenaikan followes Instagram Rachel Vennya, tuaian komentar positif yang ia dapatkan, serta ramainya endorsement yang ia dapatkan. Proses *comeback* ini terjadi setelah Rachel Vennya mengunggah permintaan maafnya pada media sosial Instagram pribadinya, Rachel Vennya sempat hiatus beberapa saat dari media sosialnya. Selama masa hiatusnya Rachel menutup semua kolom komentar pada postingan instagramnya dan tidak melakukan unggahan apapun. Rachel juga tidak menerima endorsement untuk beberapa saat selama proses hiatusnya.

Pada akhir Desember 2021, tepatnya pada tanggal 3 Desember 2021 Rachel Vennya kembali mengunggah postingan dan setelah itu ia kembali sering mengunggah postingannya, namun kolom komentar tetap ditutup. Pada tanggal 20 Januari 2022 melalui berita Wowkeren.com Rachel mengunggah promosi baju melalui story instagramnya, sebagai bentuk awal kembalinya ia setelah mengalami *cancel culture* pada awal 2022. Rachel Vennya sudah resmi kembali ke media sosial Instagram bahkan membuka kembali endorsement sebagai pekerjaannya. Hal ini menuai respon negatif

dari netizen dan Rachel kembali mendapatkan komentar buruk mengenai dirinya. Namun segala komentar buruk yang disampaikan oleh netizen dibalas oleh Rachel Vennya melalui story instagramnya dengan ucapan

“ *Harus kuat dong, Insya Allah, life must go on, terima semua yang menguatkan, siapapun itu*” (Rachel Vennya)

Proses *comeback* yang dialami Rachel Vennya walaupun menuai respon negatif dari masyarakat Instagram, teman teman sesama tokoh publik, artis, *influencer*, memberikan banyak dukungan kepada Rachel Vennya, sehingga setelah unggahan Rachel terus dilakukan hingga saat ini, kasus Rachel Vennya seakan-akan hilang ditelan waktu. Jumlah kenaikan followers yang dialami Rachel juga semakin tinggi hingga dua kali lipat dari penurunannya. Selain itu Rachel juga mendapatkan kesempatan jauh lebih besar lagi yaitu bermain film serta mendapatkan penghargaan FFI pada tahun 2023. Proses *comeback* yang dialami Rachel Vennya ini tentu tidak lepas dari peran media sosial sebagai mata pencahariannya.

Media sosial sebagai media komunikasi memiliki peran penting dalam proses *cancel culture* maupun proses *comeback* seorang publik figure yang mengalami hal tersebut. Menurut Nasrullah, menyatakan bahwa media sosial memberikan fasilitas bagi pengguna dalam memanfaatkan, beraktivitas maupun berkolaborasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berperan aktif sebagai media untuk mempererat kedekatan sosial pengguna, sehingga menarik bagi pengguna media sosial untuk

memberikan feedback, komentar, dan penyaluran informasi yang begitu pesat. (Montgomery, 2023)

Partisipasi online oleh pengguna pada media sosial berpengaruh juga terhadap aktivitas *cancel culture* dan *comeback* dari seseorang. Persepsi seseorang terhadap fenomena *cancel culture* dan *comeback* juga akan mempengaruhi bagaimana keberlangsungan karier tokoh publik, sehingga budaya pembatalan dan juga budaya kembali ini juga dinilai dapat mengonstruksi identitas personal seseorang dengan cara menerima umpan balik dan Persepsi. Selain itu, media sosial juga memperkuat hubungan yang ada sebagai komunitas online. Hal ini menyebabkan pengguna merasa saling terhubung satu dengan yang lain sehingga muncul rasa saling percaya, dan menumbuhkan norma di dalamnya untuk mendukung partisipasi *cancel culture* maupun *comeback*. (Jannatania et al., 2022)

Berkaitan dengan hal ini, peneliti mengamati bagaimana *cancel culture* di Indonesia berjalan dengan tidak maksimal. Hal ini ditunjukkan dengan budaya *comeback* yang terjadi dengan cepat melalui media sosial. Budaya *cancel culture* memang dinilai tidak permanen, namun pada kenyataannya, budaya ini tidak memberikan efek yang cukup besar, karena banyak tokoh publik yang kembali dengan begitu mudah pada aktivitas lingkungan sosialnya. Seharusnya, budaya pembatalan ini memberikan efek jera bagi tokoh publik yang melakukan kesalahan selama perjalanan kariernya.

Kasus yang dialami oleh Rachel Vennya karena perbuatannya sendiri, serta proses *comeback* yang begitu cepat sesuai dengan fenomena yang ada dan memiliki relevansi pada budaya baru ini. Hal ini penting untuk dikaji karena, *cancel culture* yang seharusnya adalah memberikan sanksi sosial terhadap tokoh publik dan memberikan efek jera, seakan-akan dinilai tidak ada artinya setelah melakukan budaya *comeback* ini. Rachel Vennya kembali mendapatkan kepercayaan publik dengan melakukan proses *comeback*. Fenomena ini tidak lepas dari bagaimana Persepsi audiens terhadap fenomena *comeback* Rachel Vennya, khususnya bagi individu yang mengikuti dan mengetahui proses *comeback* ini secara khusus pada media sosial Instagram Rachel Vennya. Melalui Upfluence.com menunjukkan bahwa pengikut Instagram Rachel Vennya didominasi oleh generasi milenial dengan kisaran usia 25-34 tahun. Generasi milenial menurut Upfluence.com, dianggap sebagai generasi dengan tingkat Pendidikan yang tinggi, peka terhadap teknologi dan informasi serta kreatif dan modern. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial terbuka terhadap isu maupun fenomena yang terjadi pada media sosial, sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana Persepsi audiens generasi millennial terhadap proses *comeback* yang dilakukan Rachel Vennya untuk menghentikan *cancel culture* yang ia alami dengan cepat.

Berdasarkan pemaparan konteks penelitian di atas, peneliti melihat adanya permasalahan mengenai bagaimana Persepsi audiens generasi milenial terhadap fenomena *comeback* influencer Rachel Vennya di media

sosial Instagram dengan judul penelitian, **“Persepsi Generasi Milenial Terhadap Fenomena *Comeback* Influencer Rachel Vennya di Media Sosial Instagram”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana Persepsi Generasi Milenial pada Fenomena *Comeback* di Indonesia pada Studi Kasus Influencer Rachel Vennya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah diatas memiliki dua tujuan yang dapat digunakan semestinya. Berikut tujuan penelitian ini :

a. Tujuan teoritis

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Persepsi generasi milenial terhadap fenomena *comeback* di Indonesia pada studi kasus influencer Rachel Vennya melalui teori komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini

b. Tujuan Praktis

Tujuan dari penelitian ini diharapkan meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan menjadi suatu data terkait Persepsi generasi milenial terhadap fenomena *comeback* influencer Rachel Vennya di media sosial Instagram.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian yang dilakukan, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pihak yang berkepentingan dan dapat digunakan sebagaimana mestinya. Berikut manfaat penelitian ini :

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat menjadi sumber referensi terbaru dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan terkait Persepsi generasi milenial terhadap fenomena *comeback* influencer Rachel Vennya di media sosial Instagram.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan menjadi suatu data terkait Persepsi generasi milenial terhadap fenomena *comeback* influencer Rachel Vennya di media sosial Instagram.