

Kajian Fenomenologi Cancel Culture pada Kasus Julia Prastini di Media Sosial

Faidzatul Dias Monita¹, Melisa Arisanty²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Terbuka

Email Penulis Korespondensi: 042260341@ecampus.ut.ac.id
Submitted: 99/99/9999; Accepted: 99/99/9999; Published: 99/99/9999

Abstrak

Perkembangan dunia digital mempengaruhi cara publik dalam membentuk citra diri, termasuk *influencer* yang bergantung pada kepercayaan dan reputasi di media sosial. Akan tetapi, apabila *influencer* melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan norma masyarakat, mereka akan rentan terkena *cancel culture*. Hal ini tentunya berkaitan dengan ekspektasi publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik *cancel culture* pada kasus *influencer* Julia Prastini serta dampaknya terhadap reputasi pribadi dan profesionalnya. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini dilakukan dengan mengobservasi konten-konten yang mengangkat isu perselingkuhan Julia Prastini di Instagram dan TikTok. Peneliti juga menggunakan teknik studi pustaka guna membandingkan teori terkait *cancel culture*, reputasi digital dan komunikasi publik dengan hasil temuan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa suatu isu bisa tersebar secara luas di media sosial atas peran akun-akun gosip sehingga memicu pembentukan opini negatif dari publik yang berbentuk *cyberbullying*. Ketidaksesuaian antara ekspektasi masyarakat dengan realita yang terjadi di lapangan, membuat publik kecewa sehingga secara tidak langsung membangun tekanan sosial pada Julia. Fenomena ini berujung merusak reputasi dan pemboikotan terhadap karir Julia Prastini yang dilakukan oleh brand-brand yang pernah bekerja sama dengannya.

Keywords: Cancel Culture, Media Sosial, Reputasi

1. PENDAHULUAN

Arus globalisasi sendiri sudah membawa perubahan signifikan pada lanskap komunikasi dunia yang kini didominasi oleh teknologi digital sehingga masyarakat global beramai-ramai beralih menggunakan berbagai platform media sosial seperti Instagram maupun TikTok yang menawarkan kebebasan berinteraksi tanpa batasan jarak dan waktu melalui fitur pesan langsung atau *Direct Message*. Kemudahan ini semakin lengkap dengan adanya fasilitas unggahan visual melalui Feeds serta Reels dan Story yang memungkinkan pengguna menyematkan keterangan tertulis untuk memancing respons instan berupa tanda suka maupun komentar dari pengguna lain yang menciptakan pola komunikasi dua arah serba cepat dan jauh lebih efisien dibandingkan metode surat-menyurat konvensional yang memakan waktu lama di mana segala informasi elektronik tersebut kini dikenal luas dengan istilah konten seperti disebutkan oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia (n.d.).

Ketiadaan aturan baku dalam ruang digital memberikan keleluasaan penuh bagi masyarakat untuk menampilkan citra diri terbaik mereka melalui unggahan yang menonjolkan keahlian atau kelebihan pribadi yang berpotensi menjadi viral berkat dukungan algoritma media sosial yang mampu menyebarkan konten secara masif guna menarik perhatian warganet untuk berkunjung dan berinteraksi di laman profil mereka. Lonjakan interaksi intensif seperti tanda suka dan komentar pada sebuah akun menjadi indikator penting yang membuka peluang bagi pemiliknya untuk bertransformasi menjadi figur publik baru yang kini populer dengan sebutan *influencer* di tengah ekosistem internet yang sangat dinamis.

Menurut Sugiharto & Ramadhana (2018) *influencer* dimaknai sebagai individu yang memiliki kapasitas untuk menggeser pola pikir orang lain melalui pesan-pesan yang mereka bagikan di media sosial di mana siapa pun bisa mengambil peran ini asalkan memiliki basis pengikut yang besar serta mampu menjaga keseimbangan persentase interaksi antara jumlah tanda suka atau komentar dengan total audiens yang mereka miliki yang hingga detik ini besaran angka pengikut masih menjadi tolak ukur utama dalam menilai validitas informasi yang disampaikan oleh seorang *influencer* (Muqsith, 2025). Sehingga, keberhasilan mereka dalam membangun citra diri atau branding positif akan membuka pintu peluang lebar untuk menjalin kerja sama komersial dengan berbagai merek lokal maupun internasional yang ingin memperluas jangkauan pasar mereka.

Menurut Levinda et al (2025) berpendapat seorang *influencer* merupakan permata berharga bagi perusahaan karena mereka dekat dengan publik sehingga dipercaya dalam menyampaikan pesan yang lebih personal. Berikut salah satu strategi brand dalam melakukan promosi: hubungan emosional kedekatan *influencer* dengan pengikutnya dimanfaatkan oleh brand sehingga mereka akan membeli produk yang dipromosikan oleh figur publik secara sukarela. Namun di sisi lain, tuntutan menjadi seorang *influencer* adalah harus menjaga citranya di hadapan publik agar mereka tetap percaya dan bertahan menjadi pengikut setia.

Untuk menjaga citra yang baik bagi diri sendiri maupun brand yang mereka wakili, seorang *influencer* harus menjaga etika dan perilakunya, baik di media sosial maupun di kehidupan nyata. Jika tidak, satu kesalahan yang dilakukan *influencer* bisa mengundang dampak yang serius, seperti terjadinya *cyberbullying*. Menurut Dwipayana et al. (2020), *cyberbullying* adalah perilaku kasar yang diperbuat baik seorang ataupun kelompok melalui elektronik yang dilakukan berulang kali dengan target seorang, yang akibat perilaku tersebut kesulitan membela diri. Adapun bentuk intimidasi virtual yang biasanya terjadi bermanifestasi sebagai gelombang serangan verbal berisi kata-kata tak senonoh yang memojokkan figur publik hingga mereka tak berkutik membela diri yang lantas berujung pada aksi pemboikotan massal oleh warganet yang serentak mencabut dukungan mereka secara total dari sang *influencer* usai puas melontarkan cacian brutal di kolom komentar.

Menurut Muharman et al., (2022) fenomena budaya pengenyahan atau *cancel culture* sejatinya merupakan mekanisme penghukuman sosial via ranah digital terhadap individu yang dianggap mencederai norma masyarakat. Pandangan ini diperkuat oleh pendapat Hasya et al., (2025) yang memaknai aksi tersebut sebagai bentuk penuntutan tanggung jawab moral lewat boikot maupun pengucilan massal yang membuat akun target seketika banjir hujatan pedas maupun sindiran yang menyebar kilat berkat fitur canggih semacam repost, hingga akhirnya sang figur publik harus menelan pil pahit kehilangan pengikut sekaligus diputus kontrak kerjanya oleh berbagai brand besar yang enggan mengambil risiko.

Negara Korea Selatan tercatat sebagai salah satu negara yang sangat keras dalam mempraktikkan budaya pengenyahan ini dengan menekan mental artis bermasalah sampai titik terendah hingga mereka kehilangan muka serta hancur karirnya. Tragisnya tekanan publik ini tak jarang berujung pada keputusan fatal maupun tragedi bunuh diri, seperti deretan kasus yang menimpa figur ternama layaknya Kim Sae Ron maupun Goo Hara dan Sulli yang menyiratkan pesan peringatan keras bahwa risiko mematikan serupa sangat mungkin terjadi dalam dinamika *cancel culture* yang kian marak di Indonesia.

Publik di tanah air sendiri terbilang cukup agresif dalam menerapkan sanksi pengucilan digital ini terutama di jagat maya yang menjadikan figur publik sebagai sasaran empuk kemarahan kolektif manakala mereka kedapatan bertingkah laku menyimpang dari standar moral dan etika yang berlaku umum di tengah masyarakat. Beberapa kasus pernah menjadi sorotan publik, seperti Rachel Venny, yang dikritik bertubi-tubi ketika melanggar aturan karantina saat pandemi COVID-19 ditahun 2021 (CNN Indonesia, 2021), serta Azizah Salsa, yang kehilangan posisinya sebagai CEO brand skincare Jiera setelah tersandung kontroversi perselingkuhan di media sosial pada tahun 2024 (iNews, 2024). Berdasarkan contoh tersebut, reputasi *influencer* sangat ditentukan berdasarkan komentar dan reaksi warganet. Salah satu kasus serupa juga terjadi pada *influencer* Julia Prastini, yang menjadi sorotan karena skandal perselingkuhan.

Warganet mulai menyoroti perilaku Julia Prastini segera saat skandal perselingkuhannya menyebar luas. Reputasi positif yang telah dirintis dengan penuh perjuangan oleh Julia Prastini sejak 2018 mendadak runtuh seketika lantaran meledaknya skandal viral di jejaring sosial yang mendorong penelitian ini untuk mengupas tuntas mekanisme praktik pengucilan massal atau *cancel culture* yang dilancarkan publik terhadap sosok tersebut beserta kerugian fatal yang menimpa kelangsungan karir maupun nama baiknya di mata masyarakat luas. Jadi melalui kajian mendalam ini peneliti menaruh harapan besar agar temuan yang dihasilkan kelak mampu memberikan wawasan baru mengenai besarnya dominasi tekanan sosial di dunia maya yang ternyata berfungsi efektif sebagai instrumen pengendali tingkah laku para figur publik di era digital saat ini.

2. METODE PENELITIAN

Merujuk pandangan Kusumajanti et al., (2025) yang mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai upaya penggalan makna budaya maupun fenomena sosial berbasis pengalaman individu, maka penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik observasi serta studi pustaka untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang kasus *cancel culture* yang menimpa Julia Prastini melalui analisis konteks sosial beserta dinamika respons publik.

Objek utama penelitian ini pada fenomena pengucilan sosial atau *cancel culture* yang sedang menimpa Julia Prastini akibat dari skandal perselingkuhan dengan subjek amatan berupa ragam konten maupun komentar serta percakapan publik di platform Instagram dan TikTok. Peneliti sengaja memilih platform tersebut lantaran menjadi titik awal meledaknya isu tersebut di ruang digital pada rentang waktu viral antara Oktober hingga November 2025, terutama pada akun-akun yang aktif mengulas kasus ini secara intensif.

Proses pengumpulan data menggunakan teknik observasi, di mana peneliti hanya memantau interaksi pada unggahan viral yang memuat respons warganet maupun pola pembentukan opini publik serta bentuk dukungan atau penolakan di kolom komentar tanpa terlibat aktif dalam percakapan tersebut. Kemudian temuan data diperkuat oleh studi pustaka melalui penelaahan berbagai jurnal ilmiah serta artikel daring relevan sebagai landasan teoretis untuk menafsirkan temuan lapangan terkait konsep reputasi digital dan komunikasi publik di media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Influencer yang Menjadi Sorotan Publik

Perjalanan karir Julia Prastini atau yang populer disapa Jule sebagai seorang figur publik di ranah digital telah dimulai sejak tahun 2018 dengan fokus utama pada konten kecantikan dan gaya hidup di mana ia secara konsisten membagikan inspirasi *Outfit of The Day* (OOTD) melalui platform Instagram serta TikTok yang menampilkan keahlian uniknya dalam memadu-padankan busana hijab dengan tren fesyen modern. Estetika visual yang ia bangun berhasil memikat atensi berbagai brand ternama, mulai dari lini busana muslim hingga produk perawatan kulit untuk menjalin kerjasama komersial yang saling menguntungkan, baik sebagai model representatif maupun mitra kolaborasi promosi.

Fase kehidupan Jule memasuki babak baru yang jauh lebih berwarna pada bulan Juli 2021 saat ia resmi menikah dengan Na Daehoon, seorang *chef* sekaligus kreator konten berdarah Korea yang telah lama menetap di Indonesia. Penyatuan dua budaya ini menjadi daya tarik utama konten mereka karena Julia mulai aktif memperlihatkan sisi kehidupannya sebagai ibu muda yang serba bisa dalam mengurus rumah tangga sekaligus tetap produktif berkarya. Citra positif sebagai sosok istri dan ibu yang hangat serta romantis ini terbukti ampuh memperluas jangkauan audiensnya secara signifikan hingga mencakup komunitas penggemar pasangan lintas negara yang merasa terhibur dan terinspirasi oleh dinamika harmonis keluarga kecil mereka yang penuh kasih sayang.

Menuai Hujatan Warganet

Rutinitas Julia bersama suaminya Na Daehoon dalam membagikan berbagai potret kehangatan rumah tangga mereka seiring berjalannya waktu sukses menanamkan persepsi mendalam di benak publik hingga mereka dinobatkan sebagai simbol *couple goals* oleh warganet yang mana istilah ini bukan sekadar gelar kosong, melainkan representasi dari sebuah ikatan suami istri yang dianggap begitu sempurna dan sehat di mata dunia maya. Pelabelan tersebut secara tidak langsung membebaskan ekspektasi sosial yang sangat tinggi kepada keduanya untuk terus tampil tanpa cela karena para pengikut setia cenderung menjadikan romantisme pasangan beda negara ini sebagai tolok ukur kebahagiaan ideal yang wajib ditiru dalam kehidupan nyata. Situasi ini menyimpan potensi ledakan kekecewaan emosional massal manakala citra manis yang selama ini dibangun dengan rapi ternyata berbanding terbalik dengan kenyataan pahit yang sebenarnya terjadi di balik layar.

Beredarnya foto Julia yang tidak mengenakan hijab bersama seorang petinju, Safrie Ramadan, mulai meruntuhkan ekspektasi warganet. Foto tersebut tersebar secara masif di TikTok dan Instagram. Hal ini membuat publik terkejut dan bertanya-tanya apakah perempuan di foto tersebut benar-benar Julia. Namun tidak sedikit pula warganet yang percaya bahwa sosok tersebut merupakan Julia Prastini. Dugaan warganet semakin diperkuat oleh fakta bahwa Julia tidak lagi membagikan konten bersama suaminya di media sosial. Publik yang menganggap hubungan Julia dan Na Daehoon sebagai pasangan ideal mulai merasa kecewa dengan sikap Julia. Atas kegaduhan yang terjadi di media sosial, Na Daehoon kemudian mengunggah permohonan maaf karena masalah rumah tangganya telah tersebar luas. Postingan tersebut menguatkan dugaan publik bahwa Julia Prastini memang sedang terkena skandal.



Gambar 1. Postingan Instagram story akun @thesecretlifeofjuleee0_ yang menyebarkan isu perselingkuhan Julia Prastini (16 Oktober 2025)

Hasil temuan peneliti mengungkap bahwa gelombang skandal ini bermula dari unggahan akun anonim @thesecretlifeofjuleee0_ di Instagram yang memancing rasa penasaran publik lewat sebuah foto mesra Julia bersama Safrie dengan caption ambigu berbunyi “ril or madrid?” yang kemudian peneliti tafsirkan sebagai “apakah berita ini benar atau bohong?”. Postingan tersebut seolah menantang kebenaran kabar yang beredar hingga akhirnya memicu atensi khalayak setelah akun gosip besar semacam @lambe_turah dan @playitsafebabynew ikut menyebarluaskan bukti visual kedekatan mereka ke ranah publik secara masif. Penyebaran informasi oleh akun-akun tersebut berkaitan dengan praktik teori *Mass Self-Communication* yang dijelaskan oleh Cooley et al., (2021) di mana suatu akun bisa menghasilkan pesan sendiri dengan potensi jangkauan yang luas serta saling mempengaruhi. Dalam konteks ini, akun anonim merupakan pemantik isu, sementara akun gosip memainkan perannya dengan menggeser isu yang semula privat menjadi konsumsi publik sehingga kendali penyebaran isu berpindah pada aktor-aktor digital yang memiliki daya sebar dan pengaruh simbolik besar. Pergeseran kendali ini membuat Julia bukan lagi sebagai subjek yang mampu menjelaskan posisinya sendiri, melainkan menjadi objek bahan pembicaraan publik. Peneliti menyadari bahwa selama skandal ini disebar melalui mekanisme mass self-communication dan masih menjadi atensi publik maka isu akan semakin menguat.

Keterlibatan akun-akun gosip berskala besar tersebut terbukti memberikan efek domino yang sangat signifikan terhadap eskalasi penyebaran isu mengingat basis pengikut mereka yang begitu masif mampu menyulap topik ini menjadi bahan perbincangan hangat serta mendominasi percakapan publik dalam waktu yang relatif singkat. Dalam teori *Agenda Setting*, akun-akun gosip memegang kendali penuh sebagai aktor penentu urgensi sebuah isu di mana unggahan mereka seketika menyedot atensi warganet yang terlihat dari lonjakan komentar sebagai tanda bahwa publik telah termakan narasi tersebut dan menganggapnya valid, sebagaimana temuan Musakif (2024) yang menegaskan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat terhadap akurasi informasi selebriti dari akun gosip cenderung membuat mereka langsung menyebarkan kabar tanpa merasa perlu melakukan verifikasi ulang terlebih dahulu.

Peran sistem algoritma media sosial juga tak kalah vital dalam memperluas jangkauan skandal ini karena tingginya intensitas interaksi semacam komentar maupun tanda suka otomatis dibaca oleh mesin Instagram dan TikTok sebagai sinyal konten viral untuk disebar kepada pengguna di luar lingkaran pengikut akun gosip. Penelitian Kaiser & Rauchfleisch (2018, dalam Bryant, 2020) pernah meneliti bagaimana cara kerja algoritma YouTube dalam mendistribusikan video rekomendasi yang hasilnya video sejenis disarankan pada suatu akun berdasarkan apa yang ditonton sebelumnya. Konsepnya adalah jika pengguna meng-klik suatu video kemudian menontonnya dalam waktu tertentu maka algoritma YouTube akan menganggap bahwa pengguna menyukai video tersebut dan selanjutnya YouTube memberi rekomendasi konten serupa untuk ditonton. Cara kerja algoritma YouTube juga sama seperti Instagram dan TikTok. Pada mulanya, pengguna media sosial tidak sengaja

melihat postingan skandal Julia kemudian Instagram dan TikTok mulai menyodorkan postingan-postingan yang membahas kasus serupa. Secara tidak langsung, media sosial berperan dalam menguatkan keyakinan moral warganet secara berulang. Sistem ini berkaitan dengan teori *Filter Bubble* di mana pengguna terjebak di dalam gelembungnya sendiri, penuh dengan konsumsi konten skandal Julia dengan narasi kebencian dan membatasi paparan sudut pandang alternatif. Fenomena ini menyadarkan peneliti bahwa ledakan kasus Julia Prastini sejatinya adalah hasil kolaborasi antara *Mass Self-Communication*, *Agenda Setting* akun gosip dan ketertarikan publik pada isu moral serta dukungan teknologi yang semakin mempercepat terbentuknya penghakiman opini publik secara luas.

Tindakan perselingkuhan yang dilakukan Julia dinilai sudah menodai norma sosial maupun nilai agama yang sangat dijunjung tinggi oleh mayoritas masyarakat Indonesia sehingga runtuhnya citra positif sebagai sosok ibu penyayang yang selama ini ia bangun memicu kekecewaan mendalam bagi para pengikut yang telanjur merasa dekat secara emosional. Merujuk pada pandangan Horton dan Wohl (1956, dalam Perbawani & Nuralin, 2021) tentang hubungan parasosial yang tumbuh dari interaksi media yang intens maka rasa pengkhianatan yang dialami warganet akibat ketidaksesuaian perilaku idola dengan ekspektasi mereka lantas meledak menjadi gelombang kemarahan kolektif yang tak terbendung di jagat maya.

Menurut Norris (2023), menegaskan bahwa mekanisme fenomena *cancel culture* sangat ditentukan oleh sejauh mana keselarasan nilai individu berbenturan dengan budaya kelompoknya sehingga sanksi sosial keras otomatis akan menyasar setiap *influencer* yang terbukti bertindak di luar koridor norma etika yang berlaku di tengah kehidupan bermasyarakat. Dengan kata lain, penolakan terhadap Julia tidak hanya muncul karena skandalnya, tetapi juga karena publik merasa nilai moralnya tidak lagi mewakili kelompok yang mendukungnya sebelumnya.

Sementara, dukungan besar yang diterima Na Daehoon memperlihatkan membenaran langsung atas teori Norris (2023). Karena perilakunya dinilai sesuai dengan nilai moral dan budaya masyarakat, seperti kesetiaan, tanggung jawab dan sikap tenang menghadapi masalah rumah tangga, publik justru menganggap posisinya sebagai representasi nilai yang "benar". Hal ini membuat warganet bersimpati dan memberikan dukungan padanya di TikTok, seperti komentar dari akun @asyaa, "Love you daehoon and na trio. Ibunya terserah" dan akun @a, "Guys kalian bisa stop gak sih nyebut-nyebut Jule di komentarnya Daehoon? Kalian coba lihat sisi baiknya Juleha, gak ada kan?". Komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa publik tidak hanya menilai berdasarkan fakta kasus, tetapi juga kesesuaian citra moral sesuai yang mereka junjung. Dalam konteks ini, Na Daehoon menjadi simbol korban yang benar, sementara Julia kehilangan empati publik.

Fenomena menyudutkan Julia di media sosial tidak terbentuk secara langsung melainkan secara perlahan melalui interaksi sosial warganet yang diulang secara terus menerus sehingga terlihat alami yang mana sejalan dengan teori Konstruksi Realitas Sosial oleh Berger dan Luckmann (2008, dalam Nabila & Parlindungan, 2022). Menurut pemikiran Parera (2008, dalam Nabila & Parlindungan, 2022) terdapat tiga tahap utama yaitu eksternalisasi, objektivasi serta internalisasi. Pada tahap eksternalisasi, kolaborasi antara akun anonim bersama akun gosip dan komentar publik mengungkapkan pendapat melalui postingan, caption serta komentar bahwa Julia melakukan tindakan yang menyimpang dari nilai moral. Banyaknya opini terkait skandal ini secara berulang kemudian memasuki fase objektivasi dengan narasi tunggal yang mendominasi; Julia adalah pihak yang salah. Sudut pandang ini dianggap sebagai kenyataan yang objektif karena berulang. Di tahap internalisasi, warganet mulai menerima makna bahwa Julia memang melakukan selingkuh yang tidak dapat diterima dalam norma masyarakat, pada akhirnya mereka bertindak berdasarkan makna yang diyakini, menganggapnya sebagai fakta kebenaran dan memberikan respon dengan kata-kata makian yang dianggap wajar. Dengan begitu, *cancel culture* yang dialami Julia dialami melalui proses sosial yang membentuk dan menormalisasi penghakiman kolektif di media sosial.

Cancel Culture yang Dialami Julia

Penolakan terhadap *influencer* bisa menyebabkan mentalitas massa, ketika pendapat individu melebur ke dalam opini kolektif yang penuh emosi. F Al et al. (2020) menyebutkan bahwa mentalitas massa muncul ketika sekelompok individu memiliki penilaian yang sama terhadap suatu isu, kemudian emosi tersebut diperkuat melalui interaksi berulang sehingga menghasilkan perilaku kolektif yang sulit dikendalikan. Strategi memancing opini publik ini terlihat jelas saat akun gosip besar seperti @playitsafebabynew sengaja mengunggah ulang potret kebersamaan Julia dan Safrie Ramadan disertai caption provokatif "Yang lagi rameee" yang menurut interpretasi peneliti sengaja dirancang sebagai undangan terbuka bagi masyarakat maya untuk ramai-ramai menghakimi skandal tersebut pada waktu yang bersamaan. Hingga akhirnya kolom komentar seketika banjir oleh gelombang kecaman maupun sindiran tajam dari warganet yang saling memvalidasi amarah mereka satu sama lain dalam satu forum digital yang sama.

Menurut Alfifa et al. (2025) fenomena kerumunan ini semakin menguat akibat kondisi *Echo Chamber* yang membuat pengguna media sosial terperangkap dalam lingkaran opini yang seragam dengan keyakinan mereka sendiri. Dalam kondisi ini, pengguna lebih sering terpapar komentar yang sejalan dengan kemarahan mereka sehingga sudut pandang yang berlawanan menjadi tenggelam akibat dominasi opini mayoritas. Situasi tersebut menciptakan seolah-olah semua orang memiliki pandangan yang sama sehingga warganet merasa tindakan penghakiman massal terhadap isu perselingkuhan tersebut adalah langkah paling benar. Melihat mayoritas orang meluapkan kekecewaan yang sama lantas pola partisipasi kolektif di kolom komentar inilah yang menjadi mesin penggerak utama bekerjanya mekanisme *cancel culture* sebagai wadah penumpahan rasa ketidaksetujuan publik secara nyata.

Menurut Effendi & Febriana (2023) publik mempraktikkan budaya *cancel culture* melalui serangkaian aksi agresif mulai dari penolakan hingga perundungan online yang sangat jelas terlihat pada unggahan akun gosip @lambe_turah tertanggal 20 Oktober 2025. Warganet membanjiri kolom komentar dengan makian tak pantas seperti "Jule anjing" maupun sumpah serapah agar Julia disiksa dan ditinggalkan pasangannya yang mana perilaku brutal ini muncul akibat kebebasan anonimitas serta efek kerumunan yang dapat dijelaskan melalui teori deindividuasi. Sebagaimana temuan Ahmad Said (2021) yang menyatakan bahwa tingginya tingkat deindividuasi berbanding lurus dengan kecenderungan perundungan di media sosial karena individu merasa tindakan menghujat mereka terjustifikasi oleh perilaku kelompok sehingga rasa tanggung jawab personal pun hilang dan membuat mereka merasa berhak menghukum Julia tanpa beban.



Gambar 2. Komentar pedas warganet terhadap Julia Prastini

Fenomena dalam kasus ini menegaskan bahwa deindividuasi di ruang digital mampu mengubah *cancel culture* menjadi instrumen penghukuman massal di mana warganet merasa mendapatkan pembenaran sosial untuk melontarkan kata-kata kasar yang mereka maknai sebagai upaya penegakan standar moral atas perilaku Julia. Ironisnya publik yang berambisi memulihkan nilai moral justru menempuh cara-cara yang sangat tidak etis dalam prosesnya sehingga dapat disimpulkan bahwa praktik ini bukan sekadar teguran atas kesalahan melainkan bukti nyata bagaimana emosi kolektif kerap kali mengambil alih logika sehat saat menghakimi seseorang.

Dampak kehancuran tidak hanya berhenti pada serangan verbal melainkan merembet pada ancaman serius terhadap karir profesional Julia yang ditandai dengan aksi pemboikotan serentak oleh brand ternama seperti Lozy Hijab dan Official Beauty Charm serta Jumuna Official maupun Yeppu Shop dan Itsmostly yang secara kompak mengumumkan penghentian kerja sama pada rentang tanggal 21 hingga 22 Oktober 2025. Berdasarkan konsep modal simbolik Bourdieu (dalam Purba et al., 2025) hilangnya kepercayaan dari mitra bisnis ini membuktikan bahwa reputasi adalah aset paling berharga bagi seorang influencer yang jika hancur akibat badai *cancel culture* akan menyeret mereka ke dalam daftar hitam industri dan menutup peluang kerja di masa depan karena kredibilitas yang telah runtuh sulit untuk dibangun kembali.



Gambar 3. Pernyataan klarifikasi brand Lozy Hijab (Instagram @lozyhijab, 21 Oktober 2025).

Merujuk pada pandangan Coombs (2007, dalam Hartiana, 2024) melalui teori *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) langkah pemutusan hubungan kerja sejatinya merupakan taktik manajemen krisis di mana perusahaan yang tengah terancam reputasinya wajib segera menentukan langkah penyelamatan strategis demi memulihkan nama baik organisasi. Sejalan dengan pemikiran Saputra (2020), metode yang kerap diadopsi dalam situasi genting ini adalah *distance strategy* atau upaya memisahkan entitas bisnis dari sumber masalah agar citra perusahaan tetap terjaga bersih dari skandal yang sedang terjadi. Sehingga strategi inilah yang secara serentak diterapkan oleh kelima mitra Julia melalui perilis klarifikasi resmi guna mengubah persepsi khalayak agar menilai mereka sebagai pihak yang taat norma dan membuktikan bahwa keputusan penghentian kontrak tersebut bukan sekadar respons atas kritik, melainkan benteng pertahanan vital untuk melindungi kredibilitas organisasi di mata warganet.

Berdasarkan temuan Anjarini (2020), praktik budaya pengenyahan di Indonesia sebelumnya diketahui hanya berkuat pada sanksi sosial ringan berupa petisi daring atau boikot informal yang jarang memukul sisi finansial influencer bahkan kerap dimanfaatkan sebagai ajang panjat sosial demi eksposur semata. Kasus yang menimpa Julia ini justru mematahkan tren lama tersebut karena tekanan publik terbukti mampu mengintervensi keputusan bisnis vital yang berdampak langsung pada hilangnya sumber pendapatan utama sang figur publik sehingga fenomena mundurnya lima brand sekaligus dalam tempo singkat menjadi indikator kuat bahwa *cancel culture* telah berevolusi dari sekadar opini liar menjadi kekuatan nyata yang mengguncang sendi ekonomi digital lantaran pergeseran sentimen warganet kini membawa konsekuensi profesional yang jauh lebih mematikan dibanding masa lalu.

4. KESIMPULAN

Temuan dari kasus perselingkuhan Julia Prastini ini memberikan gambaran jelas mengenai mekanisme *cancel culture* di era digital yang meledak berkat peran akun gosip sebagai pengatur agenda isu serta bantuan algoritma media sosial yang memperluas jangkauan kabar tersebut. Hal ini memicu kekecewaan mendalam publik akibat rusaknya hubungan parasosial saat mereka menyadari bahwa perilaku asli sang idola ternyata sangat bertolak belakang dengan citra sempurna yang selama ini diperlihatkan. Fenomena ini memancing hujatan warganet. Kata-kata kotor yang dilontarkan di ruang digital membuat mereka merasa benar karena mereka saling memvalidasi emosi. *Cancel culture* pun berubah menjadi hukuman sepihak. Penilaian warganet pun turut membuat brand mengambil keputusan untuk menghentikan kerja sama dengan Julia. Hal ini membuktikan bahwa tekanan publik mempengaruhi perusahaan dalam pengambilan keputusan saat terjadinya krisis. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa *cancel culture* di Indonesia tidak hanya membentuk opini publik, tetapi juga mempengaruhi reputasi, perjalanan karir, serta keputusan strategis organisasi di lingkup digital.

5. SARAN

Saran yang peneliti berikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Influencer* perlu menyadari bahwa penilaian publik terhadap dirinya bisa berubah apabila ia melakukan tindakan yang melawan nilai sosial masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk menjaga citra personal yang sesuai dengan nilai masyarakat dan bersikap lebih transparan dalam menghadapi isu sensitif, seperti mengakui kesalahan sekaligus meminta maaf secara langsung pada publik.
2. Perusahaan perlu menganalisis resiko reputasi sebelum berkolaborasi dengan figur publik. Penerapan strategi komunikasi dalam manajemen krisis juga harus disertai dengan pertimbangan etis dan dampak jangka panjang agar keputusan yang dibuat tidak hanya sebagai respons terhadap tekanan publik, tetapi tetap sejalan dengan nilai organisasi.
3. Warganet perlu mengembangkan skill literasi digital dan menjaga etika dalam bermedia sosial agar tidak mudah melakukan perundungan dan mudah tergiring opini. Penting untuk mempertimbangkan fakta sebelum melakukan penilaian terhadap suatu isu.

REFERENCES

- Alfifa, A. N., Batubara, V. F. R., Sakinah, K., Manik, J., & Yoes, R. A. (2025). *Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik (Analisis Studi Kasus Echo Chamber Pada Interaksi Komentar di Akun Instagram @Turnbackhoaxid Dalam Konteks Post – Truth)*. 2(January), 162–169.
- Ali, A. J. A. K. N., & Riady, Y. (2025). Edutainment in Ruang Guru Clash of Champion: A Semiotic Perspective. *Journal Corner of Education, Linguistics, and Literature*, 4(4), 410-421.
- Anjarini, D. N. (2020). *Cancel Culture in the Frame of Comparison of Indonesia and South Korea*. 6(1).
- Arisanty, M., Kharis, S. A. A., Wiradharma, G., Sukatmi, S., Riady, Y., & Permatasari, S. M. (2025). Optimalisasi literasi digital dalam membangun ruang siber yang aman dari kekerasan seksual. *Abdimas Langkanae*, 5(2), 283-297.
- Arisanty, M., Riady, Y., Anastassia Amellia Kharis, S., Maulidia Permatasari, S., & Sukatmi, S. (2025). CERDAS DAN AMAN BERMEDIA DIGITAL : PENINGKATAN KESADARAN KEAMANAN SIBER DI ERA HOAKS DAN PHISHING. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 4(4), 1407-1418. <https://doi.org/10.51574/patikala.v4i4.3282>
- Arisanty, M., Riady, Y., Kharis, S. A. A., Permatasari, S. M., & Sukatmi, S. (2025). CERDAS DAN AMAN BERMEDIA DIGITAL: PENINGKATAN KESADARAN KEAMANAN SIBER DI ERA HOAKS DAN PHISHING. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 4(4), 1407-1418.
- Arisanty, M., Riady, Y., Kharis, S. A. A., Sukatmi, S., Zubir, E., & Ajmal, M. (2024). Creative Digital Literacy in Reducing War Flaming on Social Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, 8(2), 1-20.
- Arisanty, M., Riady, Y., Robiansyah, A., Permatasari, S. M., & Pangesti, N. R. (2023). Digital Flaming Phenomenon: Flamer Reasons Behind “Freedom of Expression” on Social Media. *KOMUNIKA*, 6(2).
- Arshad, M., Ajmal, M., & Riady, Y. (2025). Analyzing the Effects of the Covid-19 Pandemic on University Students' Academic Performance Administration: A Post-Pandemic Assessment. *JENTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 4(1), 21-30.
- Ausat, A. M. A., Azzaakiyyah, H. K., Permana, R. M., Riady, Y., & Suherlan, S.(2023). The Role of ChatGPT in Enabling MSMEs to Compete in the Digital Age. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2), 622–631. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i2.346>
- Ausat, A., Massang, B., Efendi, M., Nofirman, N., & Riady, Y. (2023). Can Chat GPT Replace the Role of the Teacher in the Classroom: A Fundamental Analysis. *Journal on Education*, 5(4), 16100-16106. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2745>
- Bryant, L. V. (2020). *The YouTube Algorithm and the Alt-Right Filter Bubble*. 85–90.
- CNN Indonesia. (2021). *Fakta Rachel Vennya Kabur Karantina dan Dugaan Suap “Satgas” Rp40 Juta*. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20211214070612-12-733670/fakta-rachel-vennya-kabur-karantina-dan-dugaan-suap-satgas-rp40-juta>

- Cooley, A., Cooley, S., Kitsch, S., & Hinck, R. (2021). *Understanding Mass Self-Communication: Quick Look. January*. Dwipayana, N. L. A. M.; Setiyono; Pakpahan, H. (2020). *CYBERBULLYING DI MEDIA SOSIAL*. 1(2), 63–70.
- Effendi, A. O. A., & Febriana, P. (2023). *Fenomena Cancel Culture Sebagai Kontrol Sosial pada Kasus KDRT Rizky Billar Terhadap Lesti Kejora*. 1, 21–33.
- F Al, A. B., Fadhilah, S., & Arifin, J. N. (2020). *Maha Bias Netizen: Bukan di negara, bukan di agama, bukan juga dalam diri orang Lain*. Guepedia.com.
- Fitriani, D., Riady, Y., Evriza, E., Kuswanti, E., Sukatmi, S., Arisanty, M., Karim, M. F., Ajmal, M., & rahim, N. B. (2025). The User Experience and Perception in Education of Digital Books in Librarians' Approaches to Library Services in Tangerang . *Indonesian Journal of Pedagogy and Teacher Education*, 3(2), 41–49. <https://doi.org/10.58723/ijopate.v3i2.395>
- Habibi, A., Riady, Y., Alqahtani, T.M.(2022) Online Project-Based Learning for ESP: Determinants of Learning Outcomes during Covid-19 Studies in English Language and Education, 2022, 9(3), pp. 985–1001
- Habibi, A., Riady, Y., Alqahtani, T.M.(2023) Drivers affecting Indonesian pre-service teachers' intention to use m-learning: Structural equation modeling at three universities E-Learning and Digital Media., 2023, 20(6), pp. 519–538
- Habibi, A., Riady, Y., Samed Al-Adwan, A., Awni Albelbisi, N.(2023) Beliefs and Knowledge for Pre-Service Teachers' Technology Integration during Teaching Practice: An Extended Theory of Planned Behavior Computers in the Schools., 2023, 40(2), pp. 107–132
- Harahap, M. A. K., Almaududi Ausat, A. M., Rachman, A., Riady, Y., & Azzaakiyyah, H. K. (2023). Overview of ChatGPT Technology and its Potential in Improving Tourism Information Services. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 424-431.
- Hartiana, T. I. P. (2024). *Pemberitaan Strategi Respon Perusahaan dalam Isu Boikot di Sosial Media*. 13(2), 165–178. <https://doi.org/10.33508/jk.v13i2.6114>
- Hasya, V., Abdullah, M. N. A., & Mujayapura, M. R. R. (2025). *ANALISIS DAMPAK CANCEL CULTURE DI TWITTER DAN PENGARUHNYA TERHADAP MASYARAKAT*. 12(5), 1787–1791.
- Khatib, A. J. A., & Riady, Y. (2023). Navigating Hybrid Language Learning Realities: Students' Views on Workload & Time Allocation during Covid-19. *REiLA: Journal of Research and Innovation in Language*, 5(2), 161-177.
- Muhaimin, M., Habibi, A., Riady, Y. (2023) Covid-19 distance and online learning: a systematic literature review in pharmacy education *BMC Medical Education*, 2023, 23(1), 367
- Putri, Kinkin Y. S.; Riady, Yasir; and Suwito, Annisa (2024) "Changing Healthy Living Behavior in the Post-Pandemic Era: New Communication Culture," *JURNAL KOMUNIKASI INDONESIA: Vol. 13: No. 1, Article 10*.
- Riady, Y. (2009). *Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Pascasarjana Program Doktor Bidang Pendidikan Bahasa Yang Menyusun Disertasi: Studi Kasus Di Universitas Negeri Jakarta*. Tesis. Program Magister Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Indonesia.
- Riady, Y. (2013). *Litersi Informasi sejak dini: pengetahuan baru bagi anak Usia dini*. Visi: *Jurnal Ilmiah Pendidik dan Tenaga Kependidikan Pendidikan Non-Formal*. 8(2).159-165. DOI: <https://doi.org/10.21009/IIV.0802.10>
- Riady, Y. (2014) *Assisted learning through facebook: A case study of universitas terbuka's students group communities in Jakarta, Taiwan and Hong Kong* *Turkish Online Journal of Distance Education*., 2014, 15(2), pp. 227–238
- Riady, Y., Alqahtany, T.M., Habibi, A., Sofyan, S., Albelbisi, N.A.(2022) Factors affecting teachers' social media use during covid-19 *Cogent Social Sciences*, 2022, 8(1), 2115658
- Riady, Y., Arisanty, M., Kuswanti, E., Sukatmi, S., Karim, M. F., & Ajmal, M. (2025). The Role of Open and Distance Education in Digital Ecosystem Transformation: A Qualitative Study on Enhancing Educational Accessibility. *IJOEM Indonesian Journal of E-learning and Multimedia*, 4(2), 81-89.

- Riady, Y., Arisanty, M., Kuswanti, E., Sukatmi, S., Karim, M. F., & Ajmal, M. (2025). The Implementation of Open and Distance Education to Advance Educational Access in Remote Areas. *FINGER: Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan*, 4(2), 141-149.
- Riady, Y., Habibi, A., Mailizar, M., Alqahtani, T. M., Riady, H., & Al-Adwan, A. S. (2025). TAM and IS success model on digital library use, user satisfaction and net benefits: Indonesian open university context. *Library Management*.
- Riady, Y., Sofwan, M., Mailizar, M., Alqahtani, T. M., Yaqin, L. N., Habibi, A. (2023) How can we assess the success of information technologies in digital libraries? Empirical evidence from Indonesia. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 2667-0968, <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2023.100192>
- Sihombing, C. C. K., Simanullang, S., Pahlevi, H., Riady, Y., & Ajmal, M. (2025). Counseling and Training on The Application of Criminal Sanctions for Violations of BPJS Ketenagakerjaan. *Aktual: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 51-56. <https://doi.org/10.58723/aktual.v3i2.389>
- Widyahastuti, F., Riady, Y., Fransiskus, D. (2017) Performance prediction as a new feature in e-learning Proceedings of the International Conference on e-Learning, ICEL, 2017, pp. 237-243
- Widyahastuti, F., Riady, Y., Zhou, W. (2017) Prediction model students' performance in online discussion forum ACM International Conference Proceeding Series, 2017, pp. 6-10