



## Analisis Fenomena *Cancel Culture* dalam Etika “Klik” Manusia di Era Digital Menurut F. Budi Hardiman

Alfredo Kevin

Program Studi Filsafat Keilahian, Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana, Malang, Indonesia

Email: [alfredokevinn@email.com](mailto:alfredokevinn@email.com)

### Abstrak

Penelitian studi ini menaruh perhatian pada fenomena *cancel culture* dalam etika komunikasi manusia di era digital saat ini. Secara khusus, penulis akan menguraikan pemikiran F. Budi Hardiman tentang etika “Klik” dalam eksistensi manusia di dunia maya. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif. *Cancel culture* merupakan salah satu fenomena yang akhir-akhir ini mewarnai dinamika relasi manusia dalam media sosial. Budaya pembatalan atau pemboikotan seseorang dengan mengumbar isu maupun aib pihak lain yang belum jelas kebenarannya tentu menjadi problematika dalam tataran dunia etika digital saat ini. F. Budi Hardiman menaruh perhatian pada etika “Klik” sebagai tindakan moral yang perlu untuk dieksplorasi oleh manusia di dunia digital saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah mendalami fenomena *cancel culture* dalam sudut pandang etika “Klik” dan peran *Digi-sein* dalam membangun moralitas dalam dunia digital. Penulis menemukan bahwa “Klik” telah memunculkan fanatisme dan meremehkan sistem-sistem nilai berupa empati kepada sesama. Oleh karena itu, perlu adanya etika “Klik” yang mengandung keutamaan, seperti yang telah diuraikan oleh Budi Hardiman yaitu sikap jeda reflektif yang mengacu pada tindakan keutamaan penuh keberanian menyuarakan kebenaran, kejujuran untuk menyampaikan informasi apa adanya, dan pengendalian diri (ugahari) untuk menolak berita atau opini yang tidak rasional sehingga tindakan “Klik” dipenuhi dengan nilai-nilai etis menuju kebaikan hidup bersama.

**Kata Kunci:** *Cancel Culture*, Etika “Klik”, Digital, F. Budi Hardiman

### Abstract

The research of this study pays attention to the *cancel culture* phenomenon in the ethics of human communication in today's digital era. In particular, the author will describe F. Budi Hardiman's thoughts on the ethics of “Click” in human existence in cyberspace. The methodology used in this research is qualitative-descriptive. *Cancel culture* is a phenomenon that has recently colored the dynamics of human relations in social media. The culture of cancelling or boycotting someone by indulging in issues or disgrace of other parties whose truth is not yet clear is certainly problematic in today's digital ethical world. F. Budi Hardiman pays attention to the ethics of “Click” as a moral action that needs to be explored by humans in today's digital world. The purpose of this research is to explore the *cancel culture* phenomenon from the ethical perspective of “Click” and the role of *Digi-sein* in building morality in the digital world. The author found that “Click” has led to fanaticism and belittled value systems in the form of empathy for others. Therefore, it is necessary to have “Click” ethic that contains virtue, as described by Budi Hardiman, namely the attitude of reflective pause which refers to the act of virtue full of courage to voice the truth, honesty to convey information as it is, and self-control to refuse irrational news or opinions so that the “Click” action is filled with ethical values towards the good of life together.

**Keywords:** *Cancel Culture*, “Click” Ethics, Digital, F. Budi Hardiman

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan informasi melalui internet kian menyatukan setiap orang dari berbagai belahan dunia ke dalam suatu sistem yang besar dan tanpa batas pada saat ini. Hal ini tidak terlepas dari

salah satu kebutuhan primer dari setiap orang berupa kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan. Kemajuan teknologi dan informasi ini seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman”. Istilah ini sejajar dengan ungkapan “*The world is flat*” (Friedman, 2007). Terminologi tersebut menunjukkan bahwa realitas dunia yang semakin rata memungkinkan setiap orang bisa mengakses apapun dari sumber apapun. Salah satu wadah tercapainya realitas itu adalah akses terhadap media sosial. Penggunaan media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi di dunia maya perlahan mendominasi warga di Indonesia. Berdasarkan laporan *We Are Social*, pengguna media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4 % dari populasi di dalam negeri (dataindonesia.id).

Media sosial ternyata tidak hanya dikenal sebagai sarana berkomunikasi dan menimba informasi, tetapi juga memungkinkan setiap orang untuk membangun reputasi melalui *personal branding* yang ditampilkan dalam dunia digital (Juniman, 2023). Menurut Gorbатов dalam artikel yang ditulis (Juniman, 2023) *Personal branding* merupakan cara mengkomunikasikan atribut yang menguntungkan individu dan membedakan diri dari orang lain untuk mencapai tujuan tertentu dalam dunia digital. Hal ini berdampak pada eksistensi di dunia nyata, sebab seringkali citra di dunia digital berbanding terbalik atau tidak sesuai dengan realitas, sehingga menjadi problem dalam era digital. Saat citra dan kepercayaan pada suatu sosok masyarakat terganggu, maka sosok tersebut akan menghadapi persoalan untuk mengembalikan citra yang menurun (Mayasari, 2022). Citra buruk yang terungkap dari sosok tersebut berpotensi menimbulkan berbagai fenomena baru. Salah satunya adalah *cancel culture*.

*Cancel culture* dikenal juga sebagai budaya pembatalan, penolakan, pengabaian atau boikot (Juniman, 2023). Sejumlah penelitian terdahulu telah mencoba mengkaji fenomena *cancel culture*, menurut P. Norris fenomena ini biasanya dilakukan dengan strategi kolektif dengan menggunakan tekanan sosial demi melakukan pengucilan terhadap target (seseorang atau sesuatu) yang dituduh telah melakukan kata-kata atau perbuatan yang menyinggung (Norris, 2023). Umumnya *cancel culture* terkait dengan perilaku buruk yang terjadi di dunia nyata, kemudian terungkap ke dalam dunia digital. Perilaku tersebut dapat menyangkut perundungan, perselingkuhan, pelecehan seksual, *cyberbullying*, hingga kekerasan. Lantas, perilaku buruk yang terungkap ke dalam dunia digital ini dapat menghancurkan reputasi yang sudah dibangun oleh sosok terkait. Setelah mengalami *cancel culture*, kecenderungan yang terjadi selanjutnya adalah serangan terhadap kebebasan berbicara (Douthat, 2020) Hal ini tidak terlepas dari peran internet yang akan mempercepat sekaligus menutup jangkauan mereka yang telah mendapat ujaran kebencian, penolakan dan sebagainya sehingga tidak lagi memiliki ruang oleh massa digital (Douthat, 2020). *Cancel culture* mengindikasikan adanya kesadaran “pikiran tertutup” yang dialami oleh manusia di dunia digital (Norris, 2020).

Penulis melihat bahwa *cancel culture* berkaitan dengan “kealpaan” etika komunikasi manusia di dunia digital saat ini. Efek pemboikotan, perundungan, dan pembatalan yang dialami oleh individu akibat *cancel culture* ini tentu saja melanggar standar etika hidup manusia dan mengindikasikan hilangnya kesadaran moral manusia sebagai *societas*. Sebagai salah satu diskursus ilmu pengetahuan normatif, nilai-nilai etis sangat diperlukan demi membangun tingkah laku yang terarah pada apa yang “baik” dengan bantuan terang akal budi dalam media sosial. Penulis menyadari perlu adanya etika ber-internet dengan prinsip filosofis berupa kaidah-kaidah normatif untuk mengatur tingkah laku manusia. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan terkait tentang bagaimana fenomena *cancel culture* dikaji dengan sudut pandang filsafat etika, secara khusus etika “*Klik*” dan bagaimana manusia sebagai *Digi-sein* berperan membangun tindakan moral manusia dalam dunia digital. Untuk menjawab pertanyaan ini, penulis menggunakan pemikiran yang digagas oleh F. Budi Hardiman. Dalam istilah “*Klik*” miliknya terkandung pertimbangan dan keputusan moral dalam diri *aku-online* untuk membangun prinsip-prinsip etis manusia yang bertindak dengan jari di tengah revolusi digital. “*Klik*” sebagai tindakan intrinsik yang mengandung keputusan, proklamasi simpati-antipati, dendam dan pengampunan, perhatian dan ketidakpedulian harus dibangun atas dasar kesadaran moral yang baik demi kesejahteraan dan keharmonisan hidup bersama dalam dunia digital saat ini (Hardiman, 2021); termasuk memberikan serangan balik terhadap *cancel culture* dalam etika “*Klik*” di era digital.

## METODE

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan. Penelitian ini menghadirkan analisis kritis atas fenomena yang terjadi dalam hal ini yaitu *cancel culture* dalam dunia digital dengan memanfaatkan pemikiran F. Budi Hardiman tentang etika “*Klik*”. Gagasan filosofis ini menjadi dasar untuk mengkaji fenomena *cancel culture* sebagai budaya pemboikotan dan pengalienasian sesama dengan tindakan etis “*Klik*” dalam media sosial. Teknik analisis yang digunakan adalah hermeneutis mengacu pada gagasan (Ricoeur, 2006). Penulis memulai dengan mencari literatur yang

bersumber dari buku-buku karya F. Budi Hardiman, artikel ilmiah dan jurnal resmi yang membahas secara khusus fenomena *cancel culture* dan budaya dalam media massa. Setelah mengumpulkan artikel dan buku yang sesuai dengan tema artikel, tahap berikutnya adalah mengkaji seluruh referensi sesuai kata kunci dan fokus penelitian dalam hal ini adalah analisis fenomena *cancel culture* dalam etika “Klik” manusia di era digital menurut F. Budi Hardiman.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kajian Filosofis *Cancel Culture*

Eksistensi *cancel culture* dalam media sosial menghadirkan suatu problematika dalam hidup bersama manusia di zaman modern ini. Hal ini tidak terlepas dari maraknya keinginan untuk mengalienasi sesama dalam sebuah struktur maupun lingkungan sosial. *Cancel culture* ditunjukkan secara beragam melalui tanda, simbol, dan kata yang mendiskreditkan seseorang dalam ruang publik virtual. Secara etimologi, berdasarkan Online Etymology Dictionary, kata *cancel* berasal dari akar kata “canceler” dalam bahasa Anglo-Perancis dan Perancis kuno pada abad ke-14 yang berarti mencoret dengan garis. Dalam bahasa Latin, *cancel* berasal dari kata “cancellare” yang berarti menandai sesuatu dengan garis silang. Dalam bentuk plural variasi dari kata ini diartikan sebagai penjara. Sedangkan *culture*, berasal dari kata Latin “cultura” pada pertengahan abad ke-15 diartikan sebagai pengolahan tanah dan merawat “colere”. Sementara dalam kamus Merriam-Webster arti kata *cancel* adalah untuk berhenti melakukan atau memutuskan sesuatu, sedangkan *culture* berarti kepercayaan, adat istiadat, seni, cara hidup, perilaku yang berlaku dalam masyarakat (Juniman, 2023).

Dalam dunia digital, kedua kata baik *cancel* dan *culture* kemudian digunakan secara bersamaan sehingga membentuk istilah baru yang disebut dengan *cancel culture*. Kamus Merriam-Webster mengartikan *cancel culture* sebagai praktik atau kecenderungan untuk melakukan pembatalan massal sebagai cara untuk mengungkapkan ketidaksetujuan dan memberikan tekanan sosial kepada seseorang atau organisasi melalui platform media sosial (Norris, 2023). Media sosial memegang peran besar dalam memengaruhi persepsi masyarakat tentang *cancel culture*. Hal ini juga diungkapkan oleh Ross Douthat bahwa internet dan media sosial telah membantu perluasan jangkauan pembatalan (Douthat, 2020). Adapun bentuk *cancel culture* ini cukup beragam, mulai dari mempermalukan orang lain atau organisasi, berhenti mengikuti halaman media sosial seseorang, berhenti membeli produk terkait, berhenti berpartisipasi dan memberikan komentar-komentar penolakan atas ide atau karya yang ditawarkan seseorang atau organisasi. Ini seperti sebuah hukuman yang dapat mengancam kesejahteraan dan kebebasan seseorang dan bahkan kerap kali terjadi pada kasus para selebriti, kaum elit, maupun lembaga ternama demi menurunkan reputasi. Konsep *cancel culture* ini mirip sekali dengan apa yang disebut dengan *online shaming* yang dilakukan secara beramai-ramai oleh masyarakat kepada pihak tertentu dalam ruang publik yang dapat mengancam keberadaan dan eksistensi manusia tidak hanya di dunia digital tetapi juga dunia nyata (Saint-Louis, 2021)

Menurut Clark, *cancel culture* sebenarnya sudah terdapat dalam konsep filosof Jürgen Habermas tentang ruang publik atau *public sphere* yang menganggap wacana publik adalah ranah para elit (Clark, 2020). Hal ini menegaskan bahwa kecenderungan *cancel culture* selalu dialami oleh para tokoh publik atau sosok terkenal seperti selebritis, YouTuber, dan politisi (Mayasari, 2022). Dalam konsep Jürgen Habermas saat itu, ruang publik menjadi wadah yang memungkinkan masyarakat untuk menolak maupun membatalkan suatu wacana. Secara konseptual, Habermas memahami ruang publik sebagai suatu jaringan yang kompleks dan terdiferensiasi namun yang mengkonsitusi dirinya sebagai “teks tunggal” dengan tujuan untuk mengamankan kapasitas setiap individu dalam rangka untuk mendapatkan pengakuan atau legitimasi atas keadilan dari pandangan yang mereka utarakan (Habermas, 1989). Ruang publik menampilkan peranan aktor-aktor diskursus yang membentuk komunikasi dalam proses lahirnya opini bersama.

Habermas mengatakan bahwa deskripsi ruang publik seringkali menjalankan resonansi efektif dari opini publik yang tidak bersetuju sehingga memengaruhi pembuatan keputusan dalam kondisi suatu birokrasi komunikasi. Apabila perjalanan aspirasi opini publik tidak dimobilisasi dengan baik dalam media massa maka ruang publik akan mudah disetir dengan interpretasi liar, naif, dan vulgar serta penuh dramatisasi yang merugikan salah satu pihak (Habermas, 1989). Ruang publik yang dikehendaki oleh Habermas adalah senantiasa tampil sebagai papan pembunyi (*sounding board*) yang bertugas untuk merasakan, menginterpretasikan dan mensinyalkan masalah-masalah yang ada di dalam masyarakat demi nilai moral kebaikan hidup bersama dan bukan untuk mengalienasi kehidupan manusia yang lain (Prasetyo, 2012).

### **Fanatisme aku-online**

Hakikat sosialitas manusia mencerminkan eksistensi karakter dialogal karena realitas hidup manusia yang berada bersama dengan yang lain. Realitas kehidupan manusia saat ini seringkali menampilkan hilangnya kesadaran manusia dalam memaknai unsur-unsur kebebasan dalam sosialitasnya (Hardiman, 2021). Sebagaimana hal ini tampak dalam fenomena *cancel culture* sebagai budaya pembatalan, pemboikotan dan penolakan secara kolektif terhadap seseorang dalam media sosial. Netizen sebagai masyarakat virtual menjadikan media sosial sebagai sarana untuk menyerang tokoh publik tertentu, sehingga tokoh yang diserang mendapatkan sebuah sanksi sosial berupa hilangnya kepercayaan publik dan membatasi ruang gerakannya (Mayasari, 2022). Beberapa kasus *cancel culture* yang menimpa tokoh publik di Indonesia seperti Rachel Venya yang terjerat kasus karena melarikan diri dari masa karantina saat pandemi Covid-19 di Wisma Atlet sehingga membuat dirinya terdesak untuk menghentikan *endorse* di Instagramnya, sebelum akhirnya akun Instagramnya menghilang dari dunia digital, lalu juga kasus pelecehan yang ditujukan kepada Gofar Hilman, Ayu Ting Ting, Nikita Mirzani, hingga yang terbaru akhir-akhir ini aktris ternama Rebecca Klopner yang membuat mereka diserang oleh berbagai macam hujatan maupun perundungan sehingga memilih untuk menghentikan aktivitas komentar pada akun media sosial dan menutup akses komunikasi.

Berkaitan dengan fenomena tersebut, jelas *cancel culture* menampilkan suatu proses dan aktivitas yang mengarah pada penghakiman dan moral *witch-hunting* dengan memanfaatkan partisipasi publik dalam aktivisme online. *Cancel culture* menjadi sebuah *toxic-relationship* karena dimanfaatkan untuk mengungkapkan aib orang lain tanpa adanya refleksi moral (Ng, 2020). Armada Riyanto pernah mengungkapkan dalam bukunya yang berjudul *Relasionalitas* bahwa unsur kebebasan manusia dalam mengambil sebuah keputusan harus senantiasa memperhatikan nilai-nilai kebaikan bersama (Riyanto, 2018). Kebebasan manusia yang bertanggung jawab merupakan salah satu kodrat manusia yang menandai kekhasan dirinya dibanding dengan makhluk lainnya. Manusia sebagai *societas* hendaknya mempunyai kesadaran akan kekhasan tersebut; termasuk dalam ranah dunia digital. Kesadaran itu mengatakan sebuah subjektivitas yang mengarah pada konteks etika. Etika subjektivitas berarti kehendak dan keputusan menjadi sepenuhnya milikku dan prasyarat tindakanku untuk kebaikan hidup “*liyan*” atau *The Other* (Riyanto, 2013).

Menurut F. Budi Hardiman, kebebasan komunikatif manusia dalam subjektivitasnya di media sosial telah menjelma menjadi kebebasan untuk membenci, menghina, mengancam, dan itu semua dilakukan bahkan tanpa emosi atau lebih parah lagi yaitu tanpa alasan karena orang hanya sekedar meneruskan pesan yang tidak ditimbanginya terlebih dahulu (Hardiman, 2021). Fenomena “*Klik*” pada layar begitu dingin dan sepele, tetapi dengannya bara fanatisme disulut di antara mereka yang sebetulnya hanya “konsumen” dalam pasar kebencian. Aku klik, maka aku ada yaitu sebagai agen fanatisme. Hardiman menyebut adanya transisi dari fanatisme aku-*offline* menuju aku-*online*. Fanatisme aku-*online* memiliki keyakinan teguh atas kebenaran mutlak pemahamannya sendiri dan berupaya memaksakan keyakinannya pada orang-orang lain dalam media sosial (Hardiman, 2021). Hal ini jelas menunjukkan bagaimana *cancel culture* juga diwarnai dengan fanatisme yang tinggi untuk menggiring opini negatif dan mendiskreditkan seseorang tertentu (Norris, 2023). Fanatisme telah meremehkan sistem-sistem nilai berupa empati kepada sesama karena selalu memeluk erat kebenarannya sendiri dan bahkan menganggap kekeliruan tersebut sebagai sesuatu yang sah untuk dilakukan. Kebebasan komunikatif aku-*online* menjadi garang karena memuat polarisasi dalam relasi karena adanya provokasi sekelompok mayoritas dengan memanfaatkan emosi media massa untuk melakukan intimidasi, diskriminasi, dan intoleransi dalam media sosial (Nasrullah, 2015).

### **“Klik” yang banal**

Media-media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Whatsapp*, *Tik Tok*, *Instagram* dan sebagainya telah mempermudah penyebaran dan pertukaran informasi; hal itu merupakan realisasi baru kodrat sosial manusia (Hardiman, 2010b). Pada analisisnya, media sebagai alat komunikasi digital ini harus benar-benar disadari sebagai sarana agar tidak mudah memeralat penggunaannya. Saat kesadaran meredup oleh karakter alat, ada bahaya besar bahwa pengguna tidak lagi menjadi tuan atas alat. Perlu untuk menempatkan kembali kesadaran pengguna atas serial tindakan digital-nya (Hardiman, 2021). Menurut Hardiman, para pengguna gawai saat ini tidak selalu rasional. Hal itu tampak dalam sikap adaptif terhadap tuntutan yang ditawarkan oleh internet. Internet seakan menguasai seluruh persepsi dan pikiran manusia, sehingga sebagian besar orang butuh bertindak sesuai standar internet. Realitas ini perlahan mengubah batin manusia termasuk dengan kesadaran akan baik dan buruk. Problem itu dikenal oleh Hannah Arendt tentang banalitas kejahatan. Dalam tesisnya tersebut, dikisahkan seorang penjahat Nazi, Adolf Eichmann (1961) dianggap bertanggung jawab atas pembunuhan massal terhadap enam juta orang Yahudi selama Perang Dunia II. Hal menarik yang ditemukannya adalah Arendt tidak melihat adanya rasa bersalah oleh Eichmann selain

tindakan tersebut dilakukan atas dasar kepatuhan atas tugas. Fenomena itu disebut sebagai “*banality of evil*” (Arendt, 1986).

Kejahatan seperti itu tidak radikal melainkan dangkal. Oleh karena kedangkalan itu, justru hal mengerikan terjadi karena kesadaran moral orang praktis menghilang. Gagasan Arendt ini kemudian ditempatkan dalam ranah digital oleh Budi Hardiman. Dirinya melihat bahwa ketika seseorang ditempatkan dalam situasi kejahatan secara rutin bersama-sama orang lain, niscaya orang tersebut akan kehilangan kemampuan berpikirnya dan sensibilitas akan hal yang baik. Hal yang paling parah adalah saat kejahatan tersebut dilakukan tanpa ada rasa bersalah. Ketidakberpikiran ini yang muncul dalam fenomena *cancel culture*. Setiap orang mengetik atau meng-klik kicauan, komentar, postingan dan sebagainya tanpa adanya jeda reflektif sehingga setiap “*Klik*” hadir atas desakan tanpa nilai empati dan bobot korporeal (Hardiman, 2010a).

*Klik* yang banal menggambarkan tindakan moral yang dilandasi oleh kealpaan berpikir manusia dalam dunia digital. Pelaku sungguh-sungguh teralienasi dari makna tindakan melalui postingannya sendiri, sehingga tidak jarang kebohongan, kebencian, dan sebagainya secara otomatis muncul dalam tata hidup bersama. *Klik* yang banal juga menjadi dukungan bagi kediktatoran sistem digital yang potensial muncul secara ironis di era kebebasan berpendapat (Hardiman, 2021), karena semakin banyak manusia yang terpengaruh oleh manipulator impersonal yang dapat mengenal secara rinci selera, kebutuhan, isi pikiran manusia sehingga kebebasan privat dirinya pun terancam (Haryatmoko, 2007). Itu semua adalah efek dari gelombang masif para pengguna media sosial yang terus menerus tenggelam dalam rentetan “*Klik*” yang berciri antipati. Benturan kepentingan dan sentimen pribadi dalam media sosial memperbesar peluang lahirnya “*Klik*” yang banal atau situasi untuk memutuskan atau memosting sesuatu yang keliru demi mendiskreditkan *Liyen* atau *The Other* dengan kesadaran yang dangkal oleh karena kealpaan berpikir.

#### **“*Klik*” yang berkeutamaan**

Hardiman terinspirasi oleh etika Aristoteles yang membahas tentang “keutamaan” moralitas yang lahir dari sebuah proses habituasi atau pembiasaan dan kemudian terinternalisasi dalam batin manusia. Habituasi dan internalisasi berkaitan timbal balik, sehingga keutamaan-keutamaan berupa kemurahan hati, keadilan, keberanian, kejujuran, keugharian, dan cinta kasih mengendap guna menjadi karakter dan jati diri seseorang. Karakter merupakan konteks yang lebih luas dan holistik dari tindakan moral (Hardiman, 2021). Menurutnya, karakter memegang peranan besar sebagai penggerak dari tindakan digital. Realitas jari jemari manusia digital saat ini sudah sedemikian terampil dalam mengetik, meng-*klik*, menggeser pesan dan isi teks, memosting pesan atau video pada layar sentuh, akan tetapi pengetahuan pra-reflektif itu tidak boleh mengendalikan jari aktual yaitu berupa kontrol kesadaran moral manusia (Hardiman, 2021). Jeda reflektif diperlukan untuk membuka ruang bagi kesadaran moral sebelum meng-*klik*.

Menurutnya, setelah manusia memiliki jeda reflektif dan mulai menggunakan rasio-nya, barulah dirinya dapat menyadari bahwa hidup memiliki keutamaan tujuan. Tujuan hidup manusia menurut Aristoteles adalah *to agathon* (yang baik) atau *eudaimonia* yang dalam arti religius disebut “kebahagiaan dalam Tuhan” (Aristoteles, 2020). Manusia harus melihat komunikasi digital sebagai bentuk komunikasi yang terarah pada hidup yang baik. Keutamaan berbagi informasi, meneguhkan hati atau menolong orang lain dalam media sosial adalah tindakan “*Klik*” menuju keutamaan menurut Hardiman berdasarkan kerangka berpikir etika keutamaan Aristoteles ini. Ajaran keutamaan dapat menggugah kesadaran dan mencegah “*Klik*” yang banal. Dari beberapa keutamaan yang dikemukakan oleh Aristoteles, Hardiman menempatkan tiga keutamaan penting dalam etika “*Klik*” dalam komunikasi digital yaitu, keberanian, kejujuran dan keugharian (pengendalian diri). Ketiganya ini membentuk apa yang disebut sebagai “altruisme digital” yakni kesediaan untuk menolong mitra komunikasi dengan tindakan-tindakan digital (Hardiman, 2015).

Pertama, keutamaan keberanian yang dimaksud adalah pengungkapan kebenaran. Hal ini tidak terlepas dari realita fenomena *cancel culture* yang seringkali menghadirkan serangan suatu pihak kepada pihak yang lain. Lantas pengungkapan kebenaran di sini tidak sedang meleraikan dua pihak yang saling mengintervensi melainkan keinginan pertama-tama untuk mengungkapkan kebenaran dan kebohongan sebuah pesan, sebab dalam komunikasi digital, kepengecutan muncul dalam bentuk ketidakpedulian, pembiaran, penghindaran atas kesembronoan informasi. Kedua, keutamaan kejujuran menyangkut transparansi informasi. Hal ini tidak terlepas dari kesenjangan-kesenjangan baru yang terjadi dalam komunikasi digital. Munculnya berbagai macam berita *hoax* atau *fake news* makin hebat sehingga sulit untuk membedakan fakta atau *fact reality* (Mathews, 1994). Menurut Hardiman, rahasia terbesar dalam komunikasi digital adalah kejujuran. Kejujuran memberi informasi apa adanya, tidak mengurangi ataupun melebih-lebihkannya. Ketiga, keutamaan keugharian (pengendalian diri) yaitu ketenangan untuk menolak apa yang tidak rasional. Keutamaan ini menyangkut kemampuan mengendalikan akal dan hasrat. Dalam kaitannya dengan aktivitas

digital, keutamaan ini mengandaikan bahwa setiap manusia di era digital mampu menghidupi prinsip kontrol-diri maupun diskresi. Sikap ini memungkinkan manusia untuk tahu kapan harus terlibat meng-*klik* atas dasar pikiran dan emosi yang sehat agar suasana etis komunikasi digital senantiasa terjaga (Hardiman, 2021).

### ***Digi-sein*: Akar untuk membangun moralitas di media sosial**

Dalam karya Heidegger yang membahas tentang *Sein und Zeit* (Ada dan Waktu), dirinya menempatkan manusia sebagai titik tolak pembahasannya tentang ada. Hal ini ditegaskan dalam kenyataan-kenyataan dari karakter *Dasein* (Heidegger, 1953). *Dasein* lebih dari sekedar makhluk berpikir, ia juga bereksistensi. Keadaan *Dasein* mirip seperti seorang tentara yang diturunkan dari pesawat ke medan perang di wilayah yang sangat asing baginya. Satu hal yang diketahuinya adalah dia ada di sana, itulah yang disebut Heidegger sebagai keterlemparan (berada-di-sana) berpijak di atas dunia. Konsep ini yang kemudian menyadarkan manusia bahwa dirinya pun saat ini mengalami keterlemparan dalam dunia digital (Hardiman, 2010b). Manusia seakan tidak tahu dari mana dirinya berasal dan tujuannya untuk hidup dalam dunia digital. Manusia merasa sangat asing saat mengalami keterlemparan dan membenamkan diri dalam dunia digital. Hardiman mengungkapkan bahwa manusia yang saat ini hidup di era telepon genggam, di mana peran *Facebook*, *Whatsapp*, *Twitter*, *Instagram*, *Yahoo*, *Google*, dst menemukan dirinya sedang berpijak pada entitas-entitas digital.

Saat ini, data digital tidak hanya memuat informasi objektif, tetapi lebih daripada itu juga terkandung ungkapan-ungkapan diri manusia seperti perasaannya, pemikirannya, harapannya, pengakuannya, dst. Kiranya Heidegger hidup di zaman digital, maka ia akan menyebut cara meng-ada digital itu sebagai *digitale Seiende* atau *Digi-sein* (Hardiman, 2021). “Diri” manusia dalam media-media sosial bereksistensi karena adanya percakapan dalam ruang virtual. *Digi-sein* menampilkan pesan-pesan emosional yang dapat membangkitkan emosi pengguna. *Digi-sein* sangat berbeda dari *Dasein*. *Digi-sein* sangat alergis terhadap yang publik. Di era digital, *Digi-sein* dengan leluasa meng-*klik Facebook* dan mempublikasi rahasia pribadi baginya dan telah kehilangan pemenuhan diri. *Digi-sein* menampilkan pemikiran radikal hidup manusia berdasarkan “kata orang” atau standar internet (Hardiman, 2010b). Realitas *Digi-sein* tentu saja dapat menjadi akar untuk menghadapi banalitas digital yang terjadi dalam *cancel culture*. Salah satunya dengan menanamkan gaya berpikir meditatif. Meditatif di sini mengacu pada berpikir dengan fokus, peduli, dan memperhatikan eksistensi kita (Hardiman, 2021).

Oleh karena teknologi terkait dengan persoalan jati diri, maka sensibilitas pikiran harus menolong manusia agar dapat menikmati teknologi dengan rileks. Telepon genggam menjanjikan suatu horizon baru yang memungkinkan hubungan yang dipenuhi tindakan etis, sejauh terdapat keterbukaan. *Homo digitalis* harus menjadi pribadi yang reflektif, bukan manusia refleks yang tidak lebih daripada sekedar membuat tindakan “*Klik*” secara robotik. Pemikiran meditatif dapat dibangun dengan menempatkan teknologi sebagai sarana bukan tujuan. *Dasein* bisa menjadi dirinya dalam dunia digital karena kebebasan komunikatifnya. Sebagai *Dasein* dirinya ter-situasi dan menemukan keunikannya. Hal ini yang dapat membantu para pengguna media sosial untuk menghasilkan eksistensi yang dipenuhi dengan nilai-nilai etis demi kebaikan hidup bersama (Hardiman, 2012).

## **KESIMPULAN**

Secara filosofis, *cancel culture* dipahami sebagai tindakan untuk mengalienasi eksistensi sesamanya dalam ruang publik yang disebut sebagai media sosial. Budaya pemboikotan dan pembatalan ini dilandasi oleh kealpaan berpikir manusia sebagai *societas* yang meng-ada dalam dunia digital. Ruang publik sebagai papan pembunyi (*sounding board*) dimanfaatkan oleh kepentingan dan sentimen negatif yang berciri destruktif, sehingga yang terjadi adalah penggiringan opini publik yang merusak tatanan hidup dan kodrat kebebasan manusia. F. Budi Hardiman dengan sangat luar biasa menyajikan cara berpikir manusia yang senantiasa perlu untuk membangun nilai-nilai etis dalam dunia digital saat ini secara khusus media sosial. Pergumulan jari jempol manusia seakan menjadi titik tolak etika “*Klik*” manusia di era digital. “*Klik*” mengacu pada kehendak dan keputusan yang sepenuhnya menjadi milikku dan prasyarat tindakanku untuk kebaikan hidup “*liyan*” atau *The Other* dalam cara berada digital.

Hardiman merumuskan cara berada digital dengan meminjam istilah *Dasein* milik Heidegger menjadi *Digi-sein*. Keterlemparan manusia dalam dunia digital mengisyaratkan perlu adanya gaya berpikir meditatif berupa fokus, peduli, dan memperhatikan eksistensi sesama. Hal ini tidak terlepas adanya kekhawatiran *Digi-sein* yang berpotensi tergiring oleh kepentingan publik yang gelap. Kondisi eksistensial *Digi-sein* dapat menjadi sarana untuk menghadapi “*Klik*” banal yang terjadi dalam fenomena *cancel culture*. Di tengah-tengah gemerlapnya serangan antar kepentingan di dalam media sosial, *Digi-sein* dapat hadir dalam

*cancel culture* tersebut dengan menginternalisasi gaya berpikir meditatif dan rileks dalam melihat berbagai macam persoalan yang ada di layar spektral, sehingga tindakan “Klik” etis dapat mewarnai kesejahteraan dan kebebasan komunikatif manusia dalam hidup bersama.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arendt, H. (1986). *Eichmann in Jerusalem: Ein Bericht von der Banalität des Bösen*. Piper.
- Aristoteles. (2020). *Nichomachean Ethics* (W. Kun (ed.); Cetakan Pe). Basabasi.
- Clark, M. D. (2020). DRAG THEM: A brief etymology of so-called “cancel culture.” *Communication and the Public*, 5(3–4), 88–92.
- Douthat, R. (2020). 10 Theses About Cancel Culture. *The New York Times*, Jul 14. <https://www.nytimes.com/2020/07/14/opinion/cancel-culture-.html>
- Friedman, T. L. (2007). *The World Is Flat; A Brief History of The Twenty-First Century*. Picador.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of Public Sphere: An Inquiry into Category of of Bourgeois Society* (T. Burger (ed.)). Polity Press.
- Hardiman, F. B. (2010a). *Massa, Teror dan Trauma*. Lamalera.
- Hardiman, F. B. (2010b). *Ruang Publik; Melacak “Partisipasi Demokratis” dari Polis sampai Cyberspace*. Kanisius.
- Hardiman, F. B. (2012). *Humanisme dan Sesudahnya*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Hardiman, F. B. (2015). *Seni Memahami*. Kanisius.
- Hardiman, F. B. (2021). *Aku Klik maka Aku Ada; Manusia dalam Revolusi Digital*. PT Kanisius.
- Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi; Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Kanisius.
- Heidegger, M. (1953). *Sein und Zeit*. Max Nimeyer.
- Juniman, P. T. (2023). *Analisis Kritis Fenomena Cancel Culture dan Ancaman terhadap Kebebasan Berekspresi Critical Analysis of Cancel Culture Phenomena and Threats to Freedom of Expression*. 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.37680/adabiya.v18i1.2451>
- Mathews, W. L. R. dan C. (1994). *Etika Media Massa dan Kecenderungan untuk Melanggarnya*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mayasari, F. (2022). Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 27–44. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Simbiosarekatama Media.
- Ng, E. (2020). Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation. *Television & New Media*, 21(6), 145–174.
- Norris, P. (2020). *Closed Minds? Is a “Cancel Culture” Stifling Academic Freedom and Intellectual Debate in Political Science? Faculty Research Working Paper Series*.
- Norris, P. (2023). Cancel Culture: Myth or Reality? *Political Studies*, 71(1), 145–174.
- Prasetyo, A. G. (2012). Menuju Demokrasi Rasional: Melacak Pemikiran Jürgen Habermas tentang Ruang Publik. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 16(2), 95–186.
- Ricoeur, P. (2006). *Hermeunetika Ilmu Sosial*. Kreasi Wacana.
- Riyanto, A. (2013). *Menjadi-Mencintai; Berfilsafat Teologis Seharian-hari*. PT Kanisius.
- Riyanto, A. (2018). *Relasionalitas; Filsafat Fondasi Interpretasi: Aku, Teks, Liyan, Fenomen*. Kanisius.
- Saint-Louis, H. (2021). Understanding Cancel Culture: Normative and Unequal Sanctioning. *First Monday*, 26(7), 1–16.