



Volume 16 No. 2 Desember 2025

Page: 177-190

Received: 02-10-2025

Revised Received: 27-10-2025

Accepted: 03-12-2025

Online Available: 19-12-2025

DINAMIKA KOMUNIKASI PUBLIK: *CANCEL CULTURE* DAN FIGUR AGAMA DI MEDIA SOSIAL

PUBLIC COMMUNICATION DYNAMICS: CANCEL CULTURE AND RELIGIOUS FIGURES ON SOCIAL MEDIA

Rifki Alanudin^{1a)}, Nanang Trenggono², Ibrahim Besar³, Abdul Firman Ashaf⁴ dan Purwanto Putra, M⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Lampung

Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro, Gedong Meneng, Rajabasa, Lampung

^{a)} e-mail; 2426031016@students.unila.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika komunikasi dalam praktik *cancel culture* terhadap tokoh agama, dengan fokus pada bagaimana wacana publik terbentuk, disebarkan, dan dimaknai dalam konteks media sosial. Kasus viral Gus Miftah digunakan sebagai contoh untuk melihat bagaimana komentar, tagar, dan narasi publik menciptakan tekanan moral yang memengaruhi persepsi terhadap otoritas religius di ruang digital. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menerapkan Analisis Wacana Kritis (AWK) Fairclough serta teori mediatisasi agama dan konvergensi simbolik. Data dikumpulkan melalui observasi daring pada twitter/X, tikTok, instagram, dan portal berita, dengan 100 item digital sebagai sumber analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cancel culture* bekerja melalui lima kategori wacana utama: kritik moral, seruan boikot, satire, delegitimasi simbolik, dan komentar netral. Bahasa yang digunakan publik mencerminkan afeksi kolektif yang membentuk solidaritas moral baru, sementara algoritma platform memperkuat wacana dominan melalui visibilitas dan viralitas. Temuan menegaskan adanya pergeseran legitimasi dari institusi religius menuju komunitas digital yang lebih partisipatif. Implikasi penelitian menunjukkan bahwa tokoh agama semakin bergantung pada logika media dan persepsi publik dalam menjaga kredibilitas. Studi ini berkontribusi pada bidang komunikasi dan kajian



©2025 – Orasi : Jurnal Dakwah dan Komunikasi by

<http://syekhnujati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/index> This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License. Indexed by: SINTA, Google Scholar, Moraref, Portal Garuda, BASE, ROAD, etc

media digital, terutama pada pemahaman mengenai transformasi otoritas moral di era digital. Penelitian menyimpulkan bahwa *cancel culture* merupakan mekanisme kontrol sosial baru yang berpotensi memperkuat atau melemahkan posisi simbolik tokoh agama.

Kata Kunci: Cancel Culture; Tokoh Agama; Komunikasi Digital; Analisis Wacana Kritis; Legitimasi Simbolik.

ABSTRACT

This study aims to examine the dynamics of cancel culture targeting religious figures in Indonesia by exploring how public discourse on social media constructs processes of symbolic delegitimation. The viral case of Gus Miftah is used to illustrate how comments, hashtags, and public narratives generate moral pressure that shapes perceptions of religious authority in digital spaces. Employing a descriptive qualitative approach, this research applies Fairclough's Critical Discourse Analysis (CDA) along with the theories of the Mediatization of Religion and Symbolic Convergence. Data were collected through online observations on Twitter/X, TikTok, Instagram, and digital news portals, with 100 digital items serving as the primary sources for analysis. The findings show that cancel culture operates through five main discourse categories: moral criticism, calls for boycott, satire, symbolic delegitimation, and neutral comments. The language used by netizens reflects collective affect that fosters new forms of moral solidarity, while platform algorithms amplify dominant discourses through heightened visibility and virality. The study reveals a shift in legitimacy from religious institutions toward a more participatory digital community. The implications indicate that religious figures increasingly depend on media logic and public perception to maintain their credibility. This research contributes to the fields of communication and media studies, particularly in understanding the transformation of moral authority in the digital era. The research concludes that cancel culture functions as a new mechanism of social control that has the potential to either strengthen or weaken the symbolic position of religious figures.

Keywords: Cancel Culture; Religious Figures; Digital Communication; Critical Discourse Analysis; Symbolic Legitimacy.

1. Pendahuluan

Fenomena *cancel culture* yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi salah satu gejala kultural paling mencolok dalam era komunikasi digital. Di Indonesia, praktik ini kian menguat seiring dengan meningkatnya literasi digital masyarakat serta meluasnya penggunaan media sosial sebagai ruang ekspresi dan kritik. Istilah ini merujuk pada praktik mengucilkan atau memboikot individu publik yang dinilai

menyimpang dari norma sosial yang berlaku, baik dalam bentuk seruan pemecatan, pembatalan kontrak kerja, maupun serangan reputasi di ruang maya (D. Clark 2020). Praktik ini tidak hanya berimplikasi pada reputasi tokoh yang dicancel, tetapi juga merefleksikan dinamika kuasa, moralitas, dan nilai dalam masyarakat digital. Dalam konteks ini, *cancel culture* bukan hanya fenomena sosial, melainkan juga praktik komunikasi yang kompleks dan strategis.

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena *cancel culture* semakin menguat di Indonesia dan menjadi salah satu bentuk ekspresi sosial paling menonjol di era komunikasi digital. Tahun 2025 memperlihatkan eskalasi yang signifikan, di mana *cancel culture* tidak lagi terbatas pada ranah politik atau keagamaan, melainkan juga merambah ke industri hiburan, budaya populer, dan kehidupan pribadi figur publik.

Kasus Abidzar Al Ghifari, misalnya, menjadi contoh menarik bagaimana pernyataan seorang aktor dapat memicu reaksi sosial berantai. Pernyataannya yang mengaku tidak menonton versi asli drama Korea *A Business Proposal* dan memilih membangun karakter sendiri dianggap menyepelkan karya aslinya. Ungkapan itu menimbulkan gelombang kritik dan ajakan boikot, hingga berdampak pada citra film adaptasi tersebut (Tempo 2025). Baru-baru ini, kasus Julia Prastini (Jule) turut memperkuat pola tersebut. Sebagai selebgram dengan citra keluarga harmonis, Jule mendadak menjadi pusat perhatian publik setelah isu perselingkuhan yang melibatkan dirinya viral di media sosial. Dalam waktu singkat, berbagai merek memutuskan kerja sama dan muncul tagar #JuleEffect sebagai simbol kecaman publik (Suara.com 2025).

Kedua kasus tersebut menunjukkan bahwa *cancel culture* telah berkembang menjadi praktik sosial yang melintasi batas bidang dan profesi. Fenomena ini bukan hanya tentang pelanggaran etika atau moral individu, melainkan juga tentang bagaimana masyarakat digital membangun dan menegakkan nilai-nilai

bersama melalui ruang virtual. Dengan demikian, konteks *cancel culture* tidak hanya relevan bagi selebritas hiburan, tetapi untuk semua publik figur, tidak terkecuali tokoh agama yang memiliki otoritas simbolik tinggi di masyarakat.

Tokoh agama, sebagai figur publik yang memiliki legitimasi sosial dan simbolik tinggi dalam masyarakat Indonesia, tidak luput dari sorotan *cancel culture*. Kasus yang menimpa Gus Miftah pada akhir 2024 hingga awal 2025 menjadi contoh konkret bagaimana media sosial dapat menjadi arena bagi praktik delegitimasi simbolik terhadap otoritas keagamaan. Sebagai seorang pendakwah terkemuka, Gus Miftah menjadi sorotan publik setelah ucapannya yang dianggap kasar terhadap seorang pedagang es teh tersebar luas di media sosial. Reaksi netizen yang masif, termasuk seruan boikot dan kritik tajam, menunjukkan bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai arena penghakiman publik yang cepat dan luas. Dalam waktu singkat, tekanan dari masyarakat daring memaksa Gus Miftah untuk dicopot dari jabatannya sebagai utusan khusus Presiden (Liputan 6 2024). Fenomena ini memperlihatkan bagaimana *cancel culture* dapat mengubah lanskap komunikasi publik dan menggeser otoritas simbolik tokoh agama.

Kajian ini menjadi penting untuk dibahas karena *cancel culture* terhadap tokoh agama menyentuh aspek-aspek mendasar dalam studi komunikasi, yakni representasi, diskursus publik, dan produksi makna dalam ruang digital. *Cancel culture* bukan hanya persoalan ekspresi kebebasan berpendapat, melainkan

juga proses komunikasi yang melibatkan produksi dan reproduksi makna kolektif, interaksi antar pengguna, serta pembentukan opini publik. Dalam kerangka ini, komunikasi digital tidak sekadar menjadi medium netral, melainkan arena diskursif tempat nilai-nilai sosial dinegosiasikan, dikontestasikan, dan diredefinisi (Firdaus, Dindin, and Sidik 2024; Irwanto, Bahfiarti, and Unde 2025)

Beberapa studi terdahulu telah mengkaji *cancel culture* dalam konteks global maupun lokal. Eve Ng menjelaskan bagaimana *cancel culture* merupakan bentuk partisipasi digital yang memungkinkan masyarakat untuk terlibat dalam kontrol sosial berbasis moral (Ng 2020). Sementara itu, Ninda Nurul Fadilah menyoroti dampak psikologis dan sosial dari *cancel culture* terhadap figur publik, khususnya dalam hal kerusakan reputasi dan isolasi sosial (Fadhilah 2024). Di Indonesia, penelitian Novita membahas *cancel culture* terhadap selebritas Indonesia dan bagaimana narasi digital memengaruhi persepsi publik (Purnamasari 2022). Namun, kajian yang secara khusus membahas *cancel culture* terhadap tokoh agama di Indonesia masih relatif terbatas, terutama dalam perspektif komunikasi digital dan diskursus media sosial. Hal ini menjadi celah penting yang ingin diisi oleh penelitian ini.

Selain itu, tokoh agama memiliki kedudukan simbolik yang berbeda dibandingkan selebritas atau politisi. Mereka tidak hanya dipandang sebagai figur publik, tetapi juga sebagai representasi nilai-nilai moral dan spiritual dalam masyarakat, sebagaimana

ditunjukkan dalam studi yang ditulis Arimbawa dan Mustofa, bahwa pemuka agama memegang otoritas etis di tengah transformasi sosial dan digital masyarakat Indonesia (Arimbawa et al. 2024; Azizah 2024). Oleh karena itu, ketika tokoh agama menjadi sasaran *cancel culture*, proses delegitimasi yang terjadi bukan hanya bersifat personal, tetapi juga simbolik dan institusional. Proses ini berkaitan erat dengan cara komunikasi massa dan digital memproduksi dan menyebarkan makna, membentuk identitas, serta menciptakan ruang-ruang representasi baru (Papacharissi 2016).

Secara teoritik, penelitian ini menggunakan Analisis Wacana Kritis Fairclough untuk membedah bagaimana praktik *cancel culture* terhadap tokoh agama dibentuk dan dimaknai di ruang digital. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk melihat bagaimana bahasa, komentar, dan simbol-simbol yang muncul dalam unggahan, tagar, maupun percakapan publik berfungsi sebagai praktik sosial yang memuat relasi kuasa dan proses delegitimasi. Selain itu, penelitian ini memanfaatkan teori mediatisasi agama untuk memahami bagaimana otoritas keagamaan mengalami transformasi ketika memasuki ruang digital yang dikendalikan oleh logika media seperti visibilitas, viralitas, dan partisipasi publik. Kerangka ini membantu menjelaskan mengapa figur agama menjadi rentan terhadap penilaian dan sanksi moral berbasis media. Lebih lanjut, teori konvergensi simbolik digunakan untuk menelaah bagaimana emosi, narasi bersama, dan simbol-simbol

publik membentuk solidaritas moral kolektif dalam proses *cancel culture*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik *cancel culture* terhadap tokoh agama di Indonesia dikonstruksi melalui diskursus media sosial, dan bagaimana proses komunikasi tersebut memengaruhi legitimasi simbolik tokoh agama dalam ruang publik digital? Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika komunikasi dalam praktik *cancel culture* terhadap tokoh agama, dengan fokus pada bagaimana wacana publik terbentuk, disebarkan, dan dimaknai dalam konteks media sosial.

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua: secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan studi komunikasi digital dan representasi tokoh publik di era media sosial. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi bagi tokoh agama, praktisi komunikasi, dan masyarakat luas dalam memahami tantangan komunikasi publik di tengah berkembangnya budaya digital yang sarat dengan dinamika moral, nilai, dan representasi.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki keterbaruan yang signifikan. Pertama, karena fokusnya pada tokoh agama sebagai subjek *cancel culture*, yang belum banyak dieksplorasi dalam kajian komunikasi digital di Indonesia. Kedua, karena pendekatannya yang menggunakan analisis wacana kritis untuk mengurai kompleksitas makna dan representasi dalam diskursus media sosial. Dan ketiga, karena konteksnya yang sangat aktual dan relevan dengan dinamika sosial keagamaan di

Indonesia, terutama dalam periode 2024-2025 yang ditandai dengan meningkatnya sensitivitas publik terhadap isu moral dan agama.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada periode Juni – Agustus 2025 dengan fokus pada wacana *cancel culture* terhadap tokoh agama di media sosial, yaitu Gus Miftah. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) Fairclough untuk menganalisis hubungan antara teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Teori yang digunakan adalah Teori Mediatisasi Agama dan Teori Konvergensi simbolik. Data diperoleh melalui observasi daring (*netnografi*) di platform Twitter/X, TikTok, Instagram, dan portal berita daring dengan kata kunci dan tagar terkait kasus “Gus Miftah” dan “#BoikotGusMiftah.” Sumber data terdiri dari 100 item digital berupa komentar, unggahan, video, dan artikel berita yang dipilih secara purposif berdasarkan tingkat viralitas dan relevansi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan arsip digital, sedangkan analisis data dilakukan melalui tiga tahap AWK.

3. Hasil dan Pembahasan

Fenomena *cancel culture* terhadap tokoh agama di media sosial menunjukkan bagaimana bahasa, media, dan struktur sosial saling berkelindan dalam membentuk wacana publik. Untuk membedah dinamika tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis untuk melihat relasi kuasa dalam bahasa. Melalui kerangka ini, pembahasan difokuskan

pada tiga tataran analisis: praktik bahasa sebagai alat delegitimasi simbolik, ruang digital sebagai arena produksi dan sirkulasi wacana moral, serta munculnya afeksi kolektif yang menandai krisis legitimasi tokoh agama di era digital.

Bahasa Sebagai Arena Delegitimasi Simbolik

Komentar-komentar netizen dalam kasus viral Gus Miftah menunjukkan kompleksitas wacana digital yang sarat emosi, norma moral, dan strategi simbolik. Dari 100 data komentar yang dikumpulkan melalui platform Twitter (X), Instagram, dan TikTok ditemukan pola linguistik yang tidak hanya merefleksikan opini publik, tetapi juga membentuk ulang makna dan otoritas tokoh agama dalam ruang digital. Secara leksikal, komentar-komentar tersebut menampilkan konsentrasi pada kata-kata seperti “ustaz,” “agama,” “boikot,” “malu,” “kasar,” “jahat,” dan “memalukan.” Penggunaan kata-kata ini menunjukkan adanya intensi simbolik yang diarahkan untuk mengevaluasi, mengkritik, bahkan mendeligitimasi tokoh publik berdasarkan nilai moral yang diyakini oleh komunitas digital.

Komentar seperti “Ulama kok kaya gitu,” “Gus itu bagus lho. Lah, kok ini tidak bagus perkataannya?” atau “Copot sebagai utusan khusus presiden,” adalah contoh konkret bagaimana netizen menggunakan bahasa sebagai alat kontrol sosial. Dalam kerangka Analisis Wacana Kritis Fairclough, bahasa di sini tidak netral, melainkan mengandung relasi kekuasaan simbolik yang beroperasi di tingkat

sosial. Bahasa menjadi sarana delegitimasi, di mana makna dan posisi sosial seorang tokoh agama dapat dipertanyakan melalui diskursus publik.

Sebagian besar komentar menampilkan gaya retorika yang berlapis antara kritik, kecaman, dan sindiran. Gaya bahasa langsung dan emosional mendominasi, dengan banyak penggunaan kata sifat negatif seperti “jahat,” “memalukan,” “tidak pantas,” dan “sakit hati.” Dalam konteks Teori Konvergensi simbolik, penggunaan bahasa semacam ini membentuk tema fantasi, narasi bersama yang menegaskan solidaritas moral antar pengguna media sosial. Melalui pertukaran simbol dan emosi, publik digital menciptakan konvergensi simbolik yang menguatkan identitas kolektif “kita” sebagai komunitas moral yang menolak perilaku tokoh agama yang dianggap menyimpang.

Penggunaan pertanyaan retorik seperti “Ulama kok bohong?” atau “Kok begini banget ya level ustaz zaman sekarang?” memperlihatkan cara netizen menggugat identitas tokoh secara simbolik. Ini merupakan praktik delegitimasi simbolik, di mana identitas yang sebelumnya memiliki otoritas moral dan spiritual dirombak melalui mekanisme bahasa dan opini publik. Fenomena ini memperlihatkan gejala mediatisasi, di mana otoritas agama tidak lagi bergantung pada lembaga religius, tetapi pada logika media yang menekankan visibilitas, popularitas, dan resonansi digital (Fakhrurroji 2021). Ketika figur keagamaan tampil di ruang publik digital, mereka tunduk pada mekanisme representasi yang dikendalikan oleh interaksi

pengguna dan algoritma, bukan lagi oleh struktur hierarkis keagamaan tradisional.

Data menunjukkan adanya lima kategori utama wacana yang terbentuk dari komentar netizen: (1) kritik moral terhadap tokoh agama, (2) seruan boikot, (3) sarkasme atau satire, (4) delegitimasi simbolik, dan (5) komentar netral.

Kritik moral muncul dalam bentuk evaluasi normatif terhadap perilaku tokoh agama, seperti “Percuma beragama tapi attitude-nya ga ada,” atau “Sungguh ironis mengajarkan cinta dan kasih di atas mimbar, tapi menyebar luka di atas lidah.” Komentar semacam ini menegaskan ekspektasi publik terhadap moralitas tokoh agama.

Seruan boikot bersifat kolektif dan aktivis, misalnya “Setuju dicopot Gus Miftah sebagai utusan presiden,” atau “Miftah harus mundur.” Wacana ini menggambarkan solidaritas moral publik yang diwujudkan melalui aksi digital.

Sarkasme/satire tampil dalam bentuk humor kritis yang tetap berfungsi sebagai perlawanan simbolik, misalnya komentar “Ngapain sih pake kcmu mulu? Pdhl yg but4 kan hatinya. #eh” atau “Saya pendukung #GusMiftah dan saya akan tetap mendoakan Gus Miftah dengan setulus hati Semoga Gus Miftah jadi penjual Es teh amin” Jenis wacana ini memperlihatkan cara publik meredakan ketegangan moral sambil tetap mengkritik figur keagamaan secara halus.

Delegitimasi simbolik muncul dalam bentuk pengingkaran terhadap identitas dan peran sosial tokoh agama itu sendiri, seperti

“Kalo gak ada ilmu gausah ceramah agama” atau “Ulama ko Bohong?” Kategori ini merupakan bentuk terkuat, di mana otoritas moral figur publik dibatalkan secara kolektif.

Komentar netral muncul dalam proporsi kecil dan biasanya berisi ajakan untuk objektif, seperti “tetaplah menjadi orang baik @gusmiftah, kita sebagai manusia juga pasti punya salah, Yang suka menghujat blm tentu dirinya juga baik” Wacana ini menandakan adanya segmen publik yang berupaya menyeimbangkan perdebatan, namun secara jumlah kalah dominan dibanding empat kategori sebelumnya.

Kelima kategori ini menunjukkan bahwa ruang digital menjadi arena di mana publik tidak hanya mengekspresikan opini, tetapi juga membentuk mekanisme sosial baru dalam menilai dan menegakkan moralitas. Secara linguistik, wacana ini tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial yang lebih luas. Menurut Fairclough, analisis wacana kritis selalu menghubungkan teks dengan struktur sosial yang melatarbelakanginya (Haryatmoko 2019). Tekanan publik terhadap tokoh agama tidak hanya mencerminkan kekecewaan terhadap individu, tetapi juga menandai perubahan otoritas simbolik dalam masyarakat digital. Sejalan dengan Hjarvard, fenomena ini menggambarkan transformasi fungsi agama di era mediatisasi dari sistem makna yang dikontrol institusi menuju sistem yang dimediasi oleh logika media dan partisipasi public (Hjarvard 2011).

Ruang Digital sebagai Medan Produksi dan Sirkulasi Wacana Moral

Komentar-komentar yang berkembang dalam kasus *cancel culture* terhadap Gus Miftah bukanlah entitas yang berdiri sendiri atau semata-mata ekspresi reaktif personal. Komentar-komentar tersebut merupakan bagian dari mekanisme produksi dan penyebaran wacana digital yang terstruktur dalam lanskap komunikasi publik modern. Dalam konteks media sosial, wacana tidak lahir dalam ruang kosong, melainkan merupakan hasil interaksi antara aktor (pengguna), medium (platform), algoritma, dan struktur sosial yang lebih luas. Oleh karena itu, untuk memahami mengapa dan bagaimana komentar-komentar netizen berkembang begitu masif dan bernuansa delegitimatif terhadap seorang tokoh agama.

Proses produksi wacana dalam kasus ini diawali dengan tersebarnya sebuah potongan video berdurasi pendek yang memperlihatkan Gus Miftah mengeluarkan pernyataan yang dianggap kasar terhadap seorang pedagang. Video tersebut, yang menyebar cepat melalui berbagai platform, menjadi titik api yang memicu reaksi publik secara masif. Dalam kerangka mediatisasi, fenomena ini memperlihatkan bagaimana agama dan otoritas moral kini dimediasi oleh logika media. Potongan video tidak hanya menjadi artefak visual, tetapi juga artefak wacana yang membentuk citra tokoh agama melalui mekanisme representasi algoritmik dan partisipasi publik. Makna video tersebut dikonstruksi ulang oleh pengguna yang menafsirkannya sebagai simbol penyimpangan

moral, sehingga Mediatisasi menjadikan ruang digital arena baru pembentukan makna religius dan sosial (Fakhruroji 2021).

Tagar seperti #BoikotGusMiftah, #miftahniradab, dan #esteh kemudian berfungsi lebih dari sekadar pengelompokan konten. Tagar tersebut bekerja sebagai discourse frames yang menuntun cara publik membaca, menilai, dan merespons isu yang sedang viral. Sebagaimana dijelaskan Teori Konvergensi simbolik simbol dan narasi yang dibagikan bersama menciptakan tema fantasi yang memperkuat solidaritas moral (Littlejohn, Foss, and Oetzel 2017). Dalam konteks ini, tagar berfungsi sebagai simbol konvergensi yang mengikat pengguna media sosial dalam satu kesadaran moral kolektif. Ketika tagar ini berulang di berbagai kanal, ia membentuk rantai simbolik yang memobilisasi emosi, mengafirmasi nilai, dan memperkuat tekanan sosial terhadap figur yang dianggap melanggar norma.

Salah satu temuan penting dalam praktik diskursif ini adalah mengenai siapa yang memproduksi dan menyebarkan komentar. Tidak semua berasal dari akun dengan identitas jelas; sebagian besar justru dari akun anonim atau semi-anonim yang aktif dalam diskursus publik keagamaan dan politik. Namun demikian, keterlibatan akun publik, aktivis, dan influencer juga signifikan dalam memperluas distribusi komentar. Fenomena ini memperlihatkan bahwa praktik diskursif di media sosial tidak hanya bersifat horizontal (antar pengguna), tetapi juga vertikal, di mana aktor dengan modal sosial ikut mengarahkan

arus diskursus. Dalam kerangka mediatisasi, kondisi ini menegaskan bahwa kekuasaan wacana kini tersebar dan tidak lagi dimonopoli lembaga formal, melainkan dikelola secara dinamis melalui interaksi antara publik dan algoritma platform.

Aspek penting lain adalah bagaimana platform seperti Twitter/X, Instagram, dan TikTok mengatur visibilitas komentar melalui algoritma. Komentar dengan tingkat keterlibatan tinggi (*likes*, *retweet*, *quote*, atau *reply*) mendapatkan prioritas dalam distribusi, sehingga sistem algoritmik berperan sebagai agen Mediatisasi yang memperkuat wacana tertentu. Dalam kasus ini, komentar bernada afektif seperti “boikot gus miftah,” “ustaz tak beradab,” atau “ulama kok kaya gitu” muncul berulang dalam thread populer. Proses ini menggambarkan bagaimana logika media, bukan sekadar isi pesan, melainkan menentukan arah dan daya hidup sebuah wacana, sebagaimana dijelaskan oleh Hjarvard bahwa Mediatisasi menjadikan media sebagai institusi sosial yang membingkai cara masyarakat memahami realitas (Hjarvard 2011).

Praktik diskursif tidak berhenti pada produksi dan penyebaran, tetapi juga menyentuh aspek konsumsi dan reproduksi makna. Netizen yang berkomentar bukan sekadar pembaca pasif, melainkan agen yang mengafirmasi, memparodikan, atau bahkan mendistribusikan ulang narasi yang sedang dominan. Dalam konteks Konvergensi simbolik, publik digital bertindak sebagai komunitas interpretatif yang menciptakan dan meneguhkan makna bersama. Proses ini sejalan

dengan temuan (Intan et al. 2020) dan (Dhoest 2025) yang menunjukkan bahwa komunitas daring cenderung membangun dikotomi antara “kita” yang bermoral dan “mereka” yang menyimpang. Dalam kasus ini, publik digital menciptakan oposisi moral baru yang memperjelas batas perilaku yang dianggap pantas bagi figur keagamaan.

Pola klasifikasi komentar juga memperlihatkan kronologi diskursif yang khas, dari kritik moral menuju seruan boikot hingga delegitimasi simbolik. Pada fase awal, komentar cenderung berupa evaluasi terhadap etika tokoh, seperti “Ustaz kok kasar” atau “Lebih baik jualan es teh daripada jual agama.” Seiring meningkatnya eksposur video dan tagar, komentar bergeser menjadi ajakan kolektif seperti “Boikot semua ceramahnya,” “Copot Miftah sebagai utusan khusus presiden,” hingga mencapai tahap penyimpangan simbolik seperti “Gus porno” dan “Sebagai pemuka agama mulutnya terlalu keblinger.” Pergeseran ini menunjukkan proses makna yang berantai, di mana narasi individu berubah menjadi narasi kolektif yang mengikat emosi dan solidaritas sosial.

Selain itu, dimensi politik dan institusional turut masuk dalam diskursus publik. Beberapa komentar menyinggung jabatan formal Gus Miftah sebagai “Utusan Khusus Presiden,” yang menggeser isu dari personal menjadi institusional. Dalam konteks Mediatisasi of religion, hal ini memperlihatkan bagaimana figur keagamaan kini beroperasi di persimpangan antara agama, politik, dan media. Media sosial menjadikan figur religius tidak

hanya representasi spiritual, tetapi juga simbol politik yang dapat menjadi sasaran kritik moral publik. Dengan demikian, batas antara kritik personal dan sistemik semakin kabur, menegaskan bahwa *cancel culture* di ruang digital bekerja dalam logika mediatisasi.

Ruang digital dalam kasus ini juga memperlihatkan dinamika kekuasaan yang tidak seimbang antara wacana dominan dan narasi tandingan. Komentar minoritas yang membela Gus Miftah, seperti ajakan untuk memaafkan atau menahan diri cenderung tenggelam dalam arus diskursus mayoritas. Fenomena ini sesuai dengan konsep spiral of silence yang dapat dibaca melalui lensa Konvergensi simbolik, di mana konvergensi simbolik mayoritas menekan ekspresi alternatif. Hasilnya, wacana dominan berfungsi sebagai bentuk konsensus moral afektif yang menetapkan standar baru perilaku publik.

Dalam kerangka Analisis Wacana Kritis, seluruh proses ini menunjukkan bahwa diskursus digital berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial baru yang bersifat horizontal, cepat, dan berbasis emosi kolektif dan mediatisasi mengubah posisi agama dari sistem nilai transendental menjadi praktik komunikasi sosial yang tunduk pada logika media dan partisipasi publik. Maka, praktik diskursif dalam kasus Gus Miftah tidak sekadar menunjukkan reaksi spontan masyarakat, tetapi juga menggambarkan bagaimana media sosial menjadi arena utama dalam pembentukan, penyebaran, dan peneguhan wacana moral di masyarakat digital Indonesia.

Afeksi Kolektif dan Krisis Legitimasi Tokoh Agama di Era Digital

Wacana yang terbentuk dalam komentar-komentar netizen terhadap Gus Miftah pada akhirnya merefleksikan lebih dari sekadar ekspresi ketidaksukaan terhadap tindakan personal. Ia merupakan manifestasi dari struktur sosial yang sedang berubah, di mana nilai, otoritas, dan legitimasi tidak lagi bersifat tetap, melainkan terus-menerus dinegosiasikan dalam ruang publik digital. Dalam perspektif Analisis Wacana Kritis Fairclough, praktik sosial adalah tahap di mana teks dan diskursus tidak berdiri sendiri, tetapi terkait erat dengan relasi kekuasaan dan dinamika ideologi dalam masyarakat (Fauzan 2016). Oleh karena itu, memahami *cancel culture* terhadap tokoh agama menuntut pembacaan terhadap konteks sosial, politik, dan kultural yang memungkinkan wacana semacam ini muncul, diterima, serta diberdayakan oleh komunitas digital.

Salah satu aspek sosial paling signifikan dari fenomena ini adalah bergesernya sumber legitimasi dari institusi ke komunitas digital. Di masa lalu, otoritas keagamaan diperoleh melalui legitimasi institusional seperti pesantren, organisasi, atau jabatan formal. Namun, dalam era digital, sumber legitimasi tersebut semakin bergantung pada persepsi publik yang dibentuk melalui logika media. Dalam kerangka mediatisasi fenomena ini menunjukkan bahwa otoritas keagamaan kini dimediasi oleh mekanisme media, di mana visibilitas, viralitas, dan resonansi digital menjadi indikator utama keabsahan moral

seorang tokoh. Ketika Gus Miftah disorot karena pernyataannya yang dianggap tidak pantas, wacana yang muncul tidak hanya menyoal perilaku personal, tetapi juga menggugat otoritas simbolik yang selama ini diasosiasikan dengan figur keagamaan.

Kondisi ini memperlihatkan bahwa masyarakat digital Indonesia tidak lagi menjadi penonton pasif, melainkan aktor aktif dalam pembentukan struktur moral baru. Komentar berulang seperti “Ulama kok kaya gitu” atau “Kok bisa ada orang setega itu” bukan sekadar luapan emosi, melainkan bentuk partisipasi publik dalam praktik kontrol sosial horizontal. Dalam perspektif Teori Konvergensi simbolik, komentar-komentar ini membentuk tema fantasi yang memunculkan narasi moral bersama, memperkuat identitas kolektif, dan memobilisasi emosi publik terhadap figur yang dianggap menyimpang. Sebagaimana dicatat oleh Bantugan, *cancel culture* berfungsi sebagai arena di mana masyarakat digital membangun moralitas baru berdasarkan solidaritas emosional, bukan pada otoritas tradisional yang bersifat hierarkis (Bantugan et al. 2025). Pergeseran ini sekaligus menandai transisi dari sistem kekuasaan vertikal menuju bentuk legitimasi moral yang cair dan partisipatif.

Lebih jauh, fenomena ini menegaskan perubahan dalam konsepsi tentang figur keagamaan. Dalam sistem tradisional, tokoh agama dipandang sebagai representasi nilai luhur dan otoritas spiritual. Namun, dalam konteks mediatisasi, figur tersebut kini berada di bawah sorotan publik yang terus-menerus, di mana setiap tindakan dapat direkam, dievaluasi,

dan dijadikan bahan diskursus terbuka. Kasus Gus Miftah memperlihatkan bagaimana logika media menjadikan figur keagamaan bagian dari tontonan publik, yang keberadaannya sangat bergantung pada penerimaan dan penilaian audiens digital. Dengan memanfaatkan algoritma dan interaksi publik, ruang digital berfungsi sebagai arena baru bagi praktik delegitimasi simbolik yang secara langsung memengaruhi posisi sosial dan moral tokoh agama (Bantugan et al. 2025).

Narasi yang berkembang juga menunjukkan adanya ketegangan antara nilai-nilai religius ideal dan ekspresi keagamaan yang kontekstual. Komentar seperti “Kok begini banget yak level ustaz zaman sekarang” atau “Ustaz sejati itu seperti Gus Baha, UAS, atau UAH” menggambarkan ekspektasi publik terhadap standar moral yang dianggap sah. Namun, alih-alih disampaikan melalui lembaga formal, kritik tersebut kini dimediasi oleh media sosial sebagai ruang negosiasi makna yang desentralistik. Dalam perspektif Mediatisasi, proses re-legitimasi dan de-legitimasi berlangsung dalam logika media yang menekankan partisipasi, interaktivitas, dan sirkulasi konten (Fadhilah 2024).

Lebih lanjut, *cancel culture* terhadap tokoh agama juga dapat dipahami sebagai bentuk resistensi terhadap elite moral dan struktur kekuasaan yang dianggap tidak representatif. Kritik terhadap posisi Gus Miftah sebagai “Utusan Khusus Presiden” menunjukkan bahwa publik memaknai jabatan tersebut sebagai simbol kekuasaan yang dapat dikritik secara terbuka. Dalam konteks

Mediatisasi agama (Fakhrurroji 2021). Fenomena ini menunjukkan bagaimana agama dan politik berkelindan di ruang digital, menciptakan kondisi di mana otoritas religius turut tunduk pada logika publik dan media. Sejalan dengan temuan Bhat, Mitra, dan Narayanamoorthy, praktik ini merupakan bentuk resistensi simbolik terhadap institusi dominan yang dianggap gagal menjaga moralitas dan keotentikan nilai-nilai keagamaan (Bhat, Mitra, and Narayanamoorthy 2025).

Implikasi sosial dari fenomena ini adalah munculnya pertanyaan mendasar tentang siapa yang kini memiliki kendali atas produksi makna dan otoritas moral. Ketika seruan boikot dan komentar kritis mendapat dukungan ribuan pengguna, kekuasaan simbolik bergeser dari atas ke bawah, dari lembaga ke masyarakat. Namun, konvergensi simbolik ini juga membawa risiko munculnya *trial by public opinion* atau bentuk baru otoritarianisme digital yang berlandaskan emosi kolektif (Purnamasari 2022). Dengan demikian, moralitas digital di era mediatisasi bersifat dinamis, populistik, dan rentan terhadap fluktuasi afektif.

Dalam konteks Indonesia, dinamika ini menjadi semakin kompleks karena figur keagamaan kerap berperan ganda sebagai simbol spiritual sekaligus agen politik. Komentar seperti “Cabut jabatannya” tidak hanya ditujukan kepada individu, tetapi juga kepada sistem legitimasi politik yang menaunginya. *Cancel culture* dalam konteks ini beroperasi di dua level, sebagai mekanisme koreksi moral terhadap individu, dan sebagai bentuk resistensi simbolik terhadap konfigurasi

kekuasaan yang lebih luas. Dalam perspektif Mediatisasi, hal ini menegaskan bahwa agama di era digital telah bertransformasi menjadi bagian dari ekosistem komunikasi publik yang diatur oleh logika media dan partisipasi massa.

Dengan demikian, praktik sosial yang melandasi wacana digital terhadap Gus Miftah memperlihatkan transformasi besar dalam cara masyarakat mengelola otoritas, makna, dan simbol. Masyarakat digital tidak lagi sekadar penerima pesan, tetapi menjadi produsen nilai dan pelaku utama dalam dinamika legitimasi. Melalui Analisis Wacana Kritis, dapat dilihat bahwa diskursus digital berfungsi sebagai instrumen kekuasaan baru yang menentukan siapa yang berhak berbicara dan siapa yang dibatalkan. Dalam kerangka Mediatisasi dan Konvergensi simbolik, *cancel culture* terhadap tokoh agama merupakan bentuk perjuangan simbolik dan afektif yang mencerminkan perubahan mendasar dalam struktur legitimasi sosial di era digital.

4. Simpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa *cancel culture* terhadap tokoh agama di media sosial merupakan bentuk delegitimasi simbolik yang muncul dari interaksi antara bahasa, emosi kolektif, dan logika algoritmik platform digital. Melalui wacana publik yang terbentuk dari kritik moral, seruan boikot, hingga satire, masyarakat digital secara aktif membangun mekanisme kontrol sosial baru yang menilai ulang otoritas moral tokoh agama. Kasus Gus Miftah memperlihatkan bahwa legitimasi keagamaan tidak lagi sepenuhnya bertumpu

pada institusi, tetapi sangat dipengaruhi persepsi publik yang terbentuk oleh viralitas dan partisipasi netizen. Hal ini menandai pergeseran besar dalam struktur otoritas religius, di mana figur keagamaan semakin tunduk pada logika mediatisasi dan evaluasi moral masyarakat daring.

Berdasarkan temuan tersebut, penulis menyarankan agar penelitian berikutnya memperluas cakupan tokoh, kasus, maupun metode analisis untuk mengungkap pola *cancel culture* yang muncul pada konteks keagamaan lain. Tokoh agama dan lembaga keagamaan diharapkan meningkatkan literasi digital, sensitivitas komunikasi, dan kemampuan mengelola wacana publik agar mampu beradaptasi dengan dinamika moral masyarakat digital yang cepat berubah. Selain itu, masyarakat pengguna media sosial diimbau untuk lebih bijak dan kritis dalam merespons isu viral, sehingga pembentukan opini publik tidak bergeser menjadi penghakiman emosional yang berpotensi merusak reputasi dan struktur sosial yang lebih luas. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam memahami perubahan praktik keagamaan, komunikasi publik, dan dinamika moral di era digital yang semakin kompleks.

Daftar Pustaka

- Arimbawa, I Komang Suastika, Anggy Paramitha Sari, Ni Nyoman, Universitas Hindu, Negeri I Gusti, and Bagus Sugriwa. 2024. "TANTANGAN PEMUKA AGAMA SEBAGAI MEDIATOR UTARA Masyarakat Hindu Di Desa Duda Utara Memiliki Keterikatan Yang Kuat" 15 (September): 218–29.
- Azizah, Reza. 2024. "Representasi Konsep HabluminaAllah Dan Habluminannas Dalam Filosofi Udeng Seribu Obor Komunitas Masyarakat Samin Margomulyo, Bojonegoro" 10 (2): 1–23.
- Bantugan, Brian, Cherilyn Abayon, Nicole Baylon, Grant Hilario, Natasia Roquim, and Lee Anne. 2025. "Selected Students' Perceptions and Attitudes on Cancel Culture : Reflections on Public Opinion , Attribution Theory , Compassionate Education , and Restorative Justice," no. February.
<https://doi.org/10.47772/IJRISS>.
- Bhat, Prashanth, Sreya Mitra, and Nanditha Narayanamoorthy. 2025. "Bollywood and Cultural Contestation: Examination of Digital Mobilization Against the Hindi Film Industry." *Journal of International and Intercultural Communication* 18 (2): 105–29.
<https://doi.org/10.1080/17513057.2025.2478255>.
- D. Clark, Meredith. 2020. "DRAG THEM: A Brief Etymology of so-Called 'Cancel Culture.'" *Communication and the Public* 5 (3–4): 88–92.
<https://doi.org/10.1177/2057047320961562>.
- Dhoest, Alexander. 2025. "Them! Ingroup-Outgroup Dynamics in Flemish Anti-Woke Discourses on X." *Discourse, Context & Media* 65 (100886).
<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2025.100886>.
- Fadhilah, Ninda Nurul. 2024. "FENOMENA CANCEL CULTURE DI PLATFORM 'X': PENGHAKIMAN PUBLIK DALAM RUANG DIGITAL" 01 (02): 28–35.
- Fakhruroji, Moch. 2021. *Mediatisasi agama : Konsep, Kasus, Dan Implikasi*. Bandung: LEKKAS.
- Fauzan, Umar. 2016. *ANALISIS WACANA KRITIS Menguak Ideologi Dalam Wacana*. 1st ed. Yogyakarta: Idea Press.
- Firdaus, Muhammad Riyyan, Mohamad Dindin, and Hamam Sidik. 2024. "Constructing Religious Legitimacy in the Digital Public Sphere : A Study of Islamic Discourse on Social Media Abstrak" 6 (2): 85–110.
<https://doi.org/10.15575/kt.v6i2.33173>.
- Haryatmoko. 2019. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis) : Landasan Teori, Metodologi, Dan Penerapan*. 3rd

- ed. Depok: Rajawali Pers.
- Hjarvard, Stig. 2011. "Culture and Religion : An The Mediatisation of Religion : Theorising Religion , Media and Social Change," no. January 2013, 37–41. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>.
- Intan, Theresia, Putri Hartiana, Agatha Winda Setyarinata, and Yuli Nugraheni. 2020. "Citra Politik Susilo Bambang Yudhoyono Dan Joko Widodo Di Media Sosial" 4 (2): 155–73.
- Irwanto, Irwanto, Tuti Bahfiarti, and Andi Alimuddin Unde. 2025. "Digital Transformation of Youth Violence in Indonesia: New Responsibilities and Social Negotiations in the Digital Age." *Frontiers in Communication* 10 (April): 1–7. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1576389>.
- Liputan 6. 2024. "Komentar Menohok Soal Viralnya Candaan Gus Miftah Ke Penjual Es Teh Keliling." <https://www.liputan6.com/hot/read/5818473/komentar-menohok-soal-viralnya-candaan-gus-miftah-ke-penjual-es-teh-keliling?page=3>.
- Littlejohn, S. W, K. A Foss, and J. G Oetzel. 2017. *Theories of Human Communication*. 11th ed. USA: Waveland Press.
- Ng, Eve. 2020. "No Grand Pronouncements Here...: Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation." *Television and New Media* 21 (6): 621–27. <https://doi.org/10.1177/1527476420918828>.
- Papacharissi, Zizi. 2016. "Affective Publics and Structures of Storytelling: Sentiment, Events and Mediality." *Information Communication and Society* 19 (3): 307–24. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>.
- Purnamasari, Novita Ika. 2022. "Cancel Culture: Dilema Ruang Publik Dan Kuasa Netizen." *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi* 6 (2): 137–49. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i2.7719>.
- Suara.com. 2025. "Cancel Culture Dimulai? 4 Brand Ini Memutus Kontrak Jule Imbas Isu Selingkuhi Na Daehoon." Suara.Com. 2025. <https://www.suara.com/lifestyle/2025/10/22/113233/cancel-culture-dimulai-4-brand-ini-memutus-kontrak-jule-imbasisu-selingkuhi-na-daehoon?>
- Tempo. 2025. "Profil Abidzar Al-Ghifari, Pemain Film A Business Proposal Yang Jadi Sorotan." Tempo. 2025. <https://www.tempo.co/hiburan/profil-abidzar-al-ghifari-pemain-film-a-business-proposal-yang-jadi-sorotan-1205282>.