

***E-booklet* Sebagai Media Informasi Mengenai Fenomena *Cancel Culture* di Media Sosial**

Syifa Rahmanida¹, Taufan Hidayatullah²

¹*Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia, Bandung*
²*Magister Desain, Fakultas Pasca Sarjana, Universitas Komputer Indonesia, Bandung*
 Email: ¹*syifa.rahmanida@gmail.com*, ²*taufan.hidayatullah@email.unikom.ac.id*

Abstrak: *Cancel culture* atau budaya pengenyahan merupakan sebuah fenomena di mana seseorang akan dienyahkan karena dianggap melakukan kesalahan baik disengaja maupun tidak sengaja dan juga dianggap ofensif atau problematik. Fenomena ini kian berkembang di Indonesia dan dapat dijumpai di mana saja, namun fenomena *cancel culture* lebih sering terjadi di media sosial karena media sosial yang bersifat bebas dalam mengemukakan pendapatnya akan suatu hal. *cancel culture* terjadi atas bentuk protes dan rasa tidak suka terhadap orang-orang khususnya pesohor yang dianggap menentang dari norma sosial. Serta fenomena ini kerap kali salah sasaran sehingga menimbulkan dampak bagi para korbannya atas ujaran kebencian yang diterimanya. Namun sayangnya masih banyak orang yang belum mengetahui perihal budaya ini. Maka diperlukannya sebuah perancangan media informasi sebagai usaha guna memberikan wawasan terkait budaya tersebut. Terlebih mengingat bahwa masih minimnya media informasi yang membahas perihal *cancel culture* khususnya media cetak. Berdasarkan hal tersebut, maka perancangan media informasi mengenai fenomena *cancel culture* di ranah media sosial akan dibuat dalam bentuk *e-booklet* ilustrasi dengan berbagai visual yang menarik.

Kata kunci: Buku, Digital, Media Sosial, Budaya, Pengenyahan.

Abstract: *Cancel culture* is a phenomenon where someone will be eliminated because they are considered to have made a mistake either intentionally or unintentionally and are also considered offensive or problematic. This phenomenon is growing in Indonesia and can be found anywhere, but the *cancel culture* phenomenon is more common on social media because social media is free to express their opinions on something. *cancel culture* occurs as a form of protest and dislike for people, especially celebrities, who are considered to be against social norms. And this phenomenon is often misdirected, causing an impact on its victims for the hate speech they receive. But unfortunately there are still many people who do not know about this culture. So an information media design is needed as an effort to provide insight into the culture. Especially considering that there is still a lack of information media that discusses *cancel culture*, especially printed media. Based on this, the design of information media about the *cancel culture* phenomenon in the realm of social media will be made in the form of an illustrated *e-booklet* with various interesting visuals.

Keywords: Book, Digital, Media Social, Culture, Cancel.

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan salah satu hasil dari buah pikir yang diciptakan manusia. Orang-orang pada akhirnya dapat berinteraksi dengan keluarga, teman, maupun pasangan dengan mudah dan tanpa perlu untuk bertemu tatap secara langsung. Selain itu, kehadiran media sosial juga dapat digunakan sebagai wadah untuk menyampaikan pendapat serta kreativitas dalam diri kepada khalayak luas.

Media sosial bersifat bebas, siapa saja dapat mengaksesnya dan berkomunikasi di sana dengan mudah. Hal tersebut membuat media sosial semakin berkembang serta penggunaannya juga kian semakin meningkat. Semakin berkembangnya zaman serta pesatnya penggunaan media sosial, pada akhirnya memunculkan berbagai macam fenomena yang dapat ditemukan dan terjadi di media sosial. Contohnya yang kerap kali dijumpai yaitu fenomena *hate speech* dan *cancel culture*.

Cancel culture merupakan sebuah budaya pengenyahan bagi seseorang yang dianggap melakukan kesalahan baik disengaja maupun tidak sengaja dan juga dianggap ofensif atau problematik. *Cancel culture* juga merupakan bentuk dari rasa ketidaksukaan yang ditujukan kepada orang-orang yang dianggap telah menyimpang dari norma sosial sehingga orang tersebut dienyahkan dari lingkaran sosial. Meskipun dapat terjadi di mana saja, namun budaya ini lebih sering dijumpai di media sosial seperti Instagram, Twitter, dan lainnya. Karena media sosial merupakan wadah komunikasi yang bersifat tidak langsung, dan juga identitas pengguna yang mudah untuk disamarkan, maka orang-orang akan dengan sangat mudah melontarkan kutipan-kutipan bentuk pengenyahan pada seseorang yang dituju tanpa harus memedulikan reputasinya sebagai dampak di kemudian hari.

Cancel culture biasanya lebih ditujukan kepada pesohor atau orang-orang yang telah dikenal oleh khalayak ramai. Budaya ini telah marak terjadi di berbagai negara. Salah satunya negara Korea Selatan yang kerap kali menerapkan budaya tersebut. Dunia hiburan Korea Selatan menjadi sasaran terjadinya *cancel culture*, di mana seorang pesohor yang tertangkap terkena skandal baik di masa lalunya atau masa sekarang, maka orang tersebut akan terkena *cancel* oleh para warganet sehingga dapat melenyapkan karirnya dengan seketika.

Banyaknya masyarakat yang belum mengetahui dan minimnya media informasi mengenai fenomena *cancel culture* ini mengakibatkan masyarakat khususnya warganet dengan mudah memutuskan bahwa seseorang dianggap bersalah tanpa menelusuri terlebih dahulu kebenarannya. Karena berlindung di balik media sosial, maka orang-orang merasa aman untuk melontarkan kebenciannya, tanpa memikirkan dampak dari terjadinya *cancel culture* tersebut. Mueller (seperti dikutip Rastati, 2021) menjelaskan jelas bahwa media sosial memiliki kekuatan besar untuk membuka pintu dan memungkinkan orang lain bertindak sebagai hakim, juri, dan penegak hukum. Budaya ini kerap kali salah sasaran dan terlanjur merusak reputasi korban. Sebagai contoh dari kesalahan sasaran dari *cancel culture* ini yaitu terjadi pada seorang aktor Amerika bernama Johnny Depp yang menerima kebencian terburu-buru atas tuduhan KDRT yang dialaminya sehingga karir sang

aktor hancur. Mengutip dari laman Deadline (2021), Johnny Depp dalam konferensi pers Festival Film San Sebastian, berkata bahwa, “Bukan saya saja yang menderita karena ini, hal semacam ini terjadi pada banyak orang, baik pada pria maupun wanita. Sayangnya banyak dari mereka mulai menganggapnya normal, padahal sebenarnya tidak sama sekali”.

Maka dari itu, diperlukannya media sebagai sumber informasi dan edukasi bagi siapapun mengenai *cancel culture*, dan dampak yang ditimbulkannya. Masyarakat khususnya pengguna media sosial perlu untuk dikenalkan tentang *cancel culture* yang saat ini kerap terjadi di dunia hiburan Indonesia agar dapat lebih awas terhadap fenomena tersebut, sehingga masyarakat tidak dibiasakan untuk melempar kebencian dan mengenyahkan seseorang dari lingkungan sosial tanpa mencari tahu terlebih dahulu kebenarannya. Diharapkan juga bahwa informasi yang disampaikan mengenai *cancel culture* dapat mencegah adanya korban salah sasaran yang mengalami dampak dari budaya tersebut.

METODE

Dalam perancangan informasi ini menggunakan metode yang telah disesuaikan dengan khalayak sasaran yang telah ditentukan. Metode meliputi strategi komunikasi dan strategi kreatif agar pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada audience atau khalayak sasaran.

Strategi komunikasi menggunakan Bahasa Indonesia agar mudah dipahami dengan menyesuaikan khalayak sasaran yang mengarah pada masyarakat Indonesia, kecuali dengan *quotes* dan istilah *cancel culture* sendiri yang tetap menggunakan Bahasa Inggris. Gaya penyampaian informasi yang digunakan menggunakan penyampaian yang lugas dan jelas serta santai dan tidak terlalu baku.

Sementara itu untuk strategi kreatif dengan visual yang akan memiliki kesan ramai untuk menggambar riuhnya fenomena *cancel culture*. Gaya visual yang digunakan terinspirasi oleh gaya visual yang pernah populer dan merujuk pada fenomena budaya massa.

Objek Penelitian

Objek penelitian pada perancangan ini yaitu mengacu pada sebuah fenomena yang terjadi di media sosial yaitu fenomena *cancel culture*. Berfokus pada pengertian *cancel culture* itu sendiri, sejarah, contoh kasus, dampak positif dan negatif, serta solusi untuk menghadapi fenomena tersebut.

Prosedur Pengambilan Data

Pada perancangan informasi ini, data diperoleh dengan berbagai macam cara. Langkah pertama yaitu mencari referensi data melalui studi literatur yang diperoleh dari jurnal, buku, *website*, dan lainnya. Selanjutnya dilakukannya wawancara bersama seorang antropolog budaya bernama Neneng Yanti Khozanatu Lahpan,

M.Hum., Ph.D. Pengumpulan data juga diperoleh dengan observasi tidak langsung melalui media sosial guna mengamati perilaku warganet jika dihadapkan oleh sebuah kasus *cancel culture* di media sosial. Selain itu, kuesioner juga dilakukan untuk memperoleh data yang telah dijawab oleh 68 responden.

Tahapan Pembedahan Objek Penelitian

Setelah data berhasil diperoleh melalui studi literatur, wawancara, observasi, dan kuesioner, maka tahapan selanjutnya adalah menentukan strategi komunikasi dan strategi visual yang disesuaikan dengan khalayak sasaran.

Studi literatur dilakukan untuk mencari sumber isian dari media informasi yang disuguhkan kepada khalayak sasaran. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi dari berbagai sudut pandang, dan menggali informasi yang mungkin sulit ditemukan melalui metode lain. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai perilaku yang sebenarnya terjadi di lapangan. Serta kuesioner dilakukan untuk mengetahui sudut pandang khalayak agar informasi pada media yang dibuat dapat tersampaikan dengan baik.

Metode Analisa

1. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran (disebut juga *target audience*) atau segmentasi adalah sekelompok orang (*audience*) yang menjadi target aktivitas komunikasi dan menjadi *target audience* dari desain yang dibuat (Rochmawati, 2019). Maka khalayak sasaran pada perancangan ini berkisar pada usia 17-29 tahun atau remaja hingga dewasa awal dikarenakan pada masa itu seseorang sudah mampu bersikap kritis akan sesuatu yang terjadi termasuk mengenai fenomena *cancel culture*. Selain itu, pada masa itu pula seseorang memiliki kemampuan dalam menilai suatu fenomena. Sehingga pada masa tersebut seseorang dapat menilai suatu tindakan yang sepatutnya terkena *cancel culture* oleh publik dan sebaliknya. Status ekonomi menengah ke atas dikarenakan status ekonomi tersebut rata-rata memiliki gawai untuk bermain media sosial di mana pasti akan sering menemukan bermacam-macam fenomena di sana termasuk dengan *cancel culture*.

2. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang digunakan pada perancangan ini, antara lain:

- **Tujuan dan Pendekatan Komunikasi**

Tujuan komunikasi pada perancangan media informasi mengenai *fenomena cancel culture* di ranah media sosial, yaitu untuk memahami tentang makna *cancel culture* dan perbedaannya dengan *hate speech*. Selain itu juga, serta untuk dapat memosisikan *cancel culture* sebagaimana mestinya dan tidak salah sasaran.

Pendekatan komunikasi yang digunakan meliputi pendekatan komunikasi visual dan verbal yang telah disesuaikan dengan khalayak. Pendekatan visual akan digambarkan dengan nuansa ramai dengan memvisualkan seseorang yang melakukan *cancel* dan yang terkena *cancel*. Sedangkan pendekatan verbal akan menggunakan penyampaian yang jelas dan lugas dengan menggunakan Bahasa Indonesia kecuali dengan *quotes* dan istilah *cancel culture* sendiri yang tetap menggunakan Bahasa Inggris.

- *Mandatory*

Perancangan media informasi ini bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (KOMINFO) selaku pihak yang akan membantu menyebarkan media informasi ini. Dipilihnya KOMINFO sebagai pihak yang ikut mendukung dalam perancangan tersebut, karena KOMINFO bergerak di bidang komunikasi dan informatika mengingat bahwa *cancel culture* ada kaitannya dengan hal tersebut. Selain itu, KOMINFO juga kerap kali memberikan informasi mengenai hal-hal yang terjadi di media sosial.



Gambar 1. Logo KOMINFO

Sumber: <https://ppidkemkominfo.wordpress.com/logo-kominfo-copy/> (2023)

Strategi Kreatif dan Media

Menurut Suprpto (2019) bahwa strategi kreatif merupakan proses penyampaian pesan melalui sarana gambar (visual) atau verbal (kata). Sebuah perancangan memerlukan strategi kreatif guna membantu penyampaian pesan pada *audience* dengan cara yang kreatif dan tidak monoton. Media informasi ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai fenomena *cancel culture* di media sosial dengan menekankan pada informasi cara memberikan *cancel* pada seseorang dengan baik.

Media merupakan bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Komunikasi antara manusia dan media terjadi setiap hari (Albar, 2011). Agar informasi mengenai fenomena *cancel culture* dapat tersampaikan pada khalayak sasaran, tentunya dibutuhkan media sebagai wadah dalam penyampaiannya. Media utama yang

digunakan sebagai penyampaian informasi adalah *e-booklet* ilustrasi. *E-booklet* merupakan sebuah media seperti buku dengan jumlah halaman yang lebih sedikit namun berbasis digital. Menurut Rahmatih (seperti dikutip Hanifah, Afrikani, dan Yani 2020) bahwa *e-booklet* dirancang dengan penjelasan dan gambar yang ringkas dan sistematis sehingga konsep dan fakta dapat dipahami dengan mudah. *E-booklet* merupakan sumber informasi yang saat ini digunakan dan juga populer karena bersifat praktis. Selain dapat menampung berbagai macam informasi melalui tulisan, perancangan *e-booklet* juga disuguhkan berbagai macam visual yang menarik sehingga informasi yang disampaikan akan mudah dipahami.

Copywriting

Copywriting yang digunakan pada perancangan *e-booklet* digunakan untuk menentukan judul media yang dirancang, hal tersebut digunakan sebagai daya tarik terhadap *audience*. *Copywriting* yang telah ditentukan berdasarkan *keyword* yang telah diperoleh yaitu “Riuhnya Cancel Culture: Sebuah fenomena baru di media sosial”.

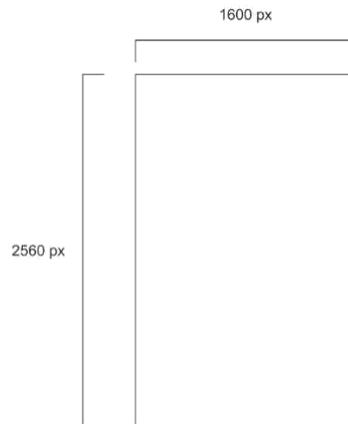
Rancangan Visual

Cancel culture merupakan fenomena yang menimbulkan kegaduhan di media sosial. Pembuatan karya yang berasal dari fenomena sosial di tengah masyarakat memerlukan studi yang mendalam. Hasil karya yang dihasilkan diharapkan mampu mencerminkan gagasan dan emosi yang dirasakan oleh khalayak (Hidayatullah, Sabana, dan Sanjaya, 2017). Maka dari itu, visual akan berkonsep pada nuansa ramai agar hiruk pikuk *cancel culture* dapat tersampaikan. Gaya yang dipilih dalam konsep perancangan visual yaitu menggunakan gaya *pop art*. *Popular art* atau biasa disingkat *pop art*, adalah sebuah gerakan seni yang banyak dipengaruhi oleh fenomena budaya populer yang terjadi di masyarakat (Wardana 2012). Kata *pop art* berasal dari kata *popular art*, hal tersebut karena seni ini sering mengambil simbol-simbol dan gaya visual yang berasal dari media massa yang populer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Format Desain

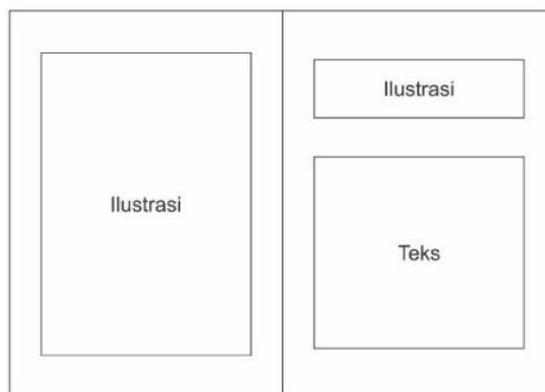
Format desain dalam perancangan media informasi mengenai fenomena *cancel culture* di ranah media sosial akan dibuat dalam format *e-booklet* dengan *layout portrait* yang berukuran 1600 px x 2560 px. Dipilihnya ukuran tersebut karena sudah sudah menjadi standar ukuran sebuah buku digital yang direkomendasikan oleh Amazon. Media yang berbentuk *portrait* akan mudah dalam segi keterbacaan sehingga tidak akan membuah lelah penglihatan dan informasi pun dapat tersampaikan dengan baik.



Gambar 2. Format desain *e-booklet*
 Sumber: Pribadi (2023)

Tata Letak

Pada perancangan media informasi ini, *layout* yang digunakan adalah *layout axial* karena mudah dipahami khalayak karena lebih jelas dan terstruktur penataannya. Menempatkan elemen secara simetris juga elemen utama yang ditempatkan di sekitar sumbu sentral, *layout axial* membantu meningkatkan fokus pada informasi utama. *layout* pada media utama juga akan memiliki nuansa ramai untuk menggambarkan hiruk pikuknya fenomena *cancel culture* di media sosial. *Layout* pada media informasi ini akan berisikan 60% visual dan sisanya sebanyak 40% akan berisikan informasi dalam bentuk verbal.



Gambar 3. Tata letak *e-booklet*
 Sumber: Pribadi (2023)

Tipografi

Menurut Sihombing (seperti dikutip Wantoro, dan Kasmana 2017) bahwa Tipografi merupakan ilmu dalam menyusun huruf yang tepat dalam sebuah desain dapat menerjemahkan apa yang ingin disampaikan untuk menciptakan korelasi antara fungsi

serta estetika. Tipografi memiliki peranan penting dalam penyampaian informasi agar dapat diterima dengan jelas oleh pembaca. Tipografi yang akan digunakan berjenis Sans Serif yaitu yang tidak memiliki kait, bersifat fleksibel dan tidak kaku namun mudah dalam segi keterbacaan.

**ABCDEFGHI
JKLMNOPQR
STUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
0123456789**

Gambar 4. *Font Berlin Sans Fb Demi*
Sumber: Pribadi (2023)

Berlin Sans Fb Demi digunakan untuk keperluan judul dan sub judul. Tipografi ini bersifat berisi, santai, dan tidak kaku, serta memiliki pola yang dinamis. Karakteristiknya yang berisi juga dapat menciptakan nuansa yang bersemangat dan energetik sehingga sangat cocok untuk digunakan dengan gaya *pop art*.

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz**

Gambar 5. *Font Futura*
Sumber: Pribadi (2023)

Futura digunakan untuk keperluan isi dari *e-booklet*. Tipografi ini digunakan karena memiliki tingkat keterbacaan yang jelas sehingga informasi dapat ditangkap oleh pembaca. Futura juga memiliki bentuk yang sederhana, fleksibel dan tidak terkesan kaku sehingga pas untuk digunakan sebagai *bodytext* agar tidak lelah saat membaca.

Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang akan digunakan pada media informasi ini dengan mengusung gaya *pop art* karena *pop art* (*popular art*) mengambil simbol-simbol dan gaya visual yang populer yang berasal dari media massa. Hal tersebut sesuai dengan

cancel culture yang juga merupakan fenomena budaya populer di media sosial. Ilustrasi berfokus pada penggambaran seseorang yang terlibat dengan *cancel culture* baik itu yang melakukan maupun yang terkena. Selain itu, elemen visual ilustrasi lainnya juga akan menggunakan gaya *american comic style* untuk menciptakan nuansa ramai dan menampilkan balon-kata yang ekspresif, mengingat bahwa *cancel culture* merupakan fenomena yang menimbulkan kegaduhan di media sosial.



Gambar 6. Referensi gaya *pop art*

Sumber: <https://www.pictoclub.com/what-is-the-pop-art-movement/> (2023)



Gambar 7. Referensi gaya *American comic style*

Sumber: <https://i.pinimg.com/564x/64/27/96/64279659862303b8beb9e08110cbeb83.jpg> (2023)

Struktur ilustrasi yang digunakan mengambil beberapa referensi yang diolah menjadi gaya *pop art* dengan penggunaan warna cerah, kontras yang kuat, dan teknik visual yang mencolok. Karena lebih cenderung mengekspresikan pesan atau gagasan melalui gaya artistik yang unik dan seringkali ironis.



Gambar 8. Referensi ilustrasi

Sumber: <https://www.masterfile.com/search/en/side+profile+face+woman+with+mouth+open>
<https://www.halodoc.com/artikel/simian-line-pada-telapak-tangan-hati-hati-tanda-gangguan-kesehatan> (2023)

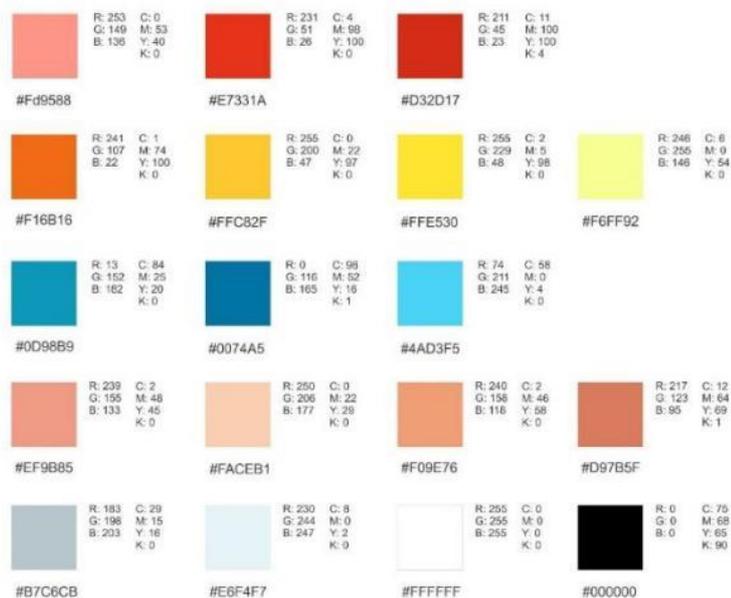


Gambar 9. Olahan ilustrasi

Sumber: Pribadi (2023)

Warna

Warna adalah salah satu hal terpenting yang memengaruhi daya tarik objek, karya seni, dan desain. Warna memberi getaran tertentu pada suatu desain (Monica dan Lauzar, 2011). Warna utama yang digunakan pada konsep visual perancangan *e-booklet* ini, yaitu menggunakan warna kontras antara lain merah, kuning, dan biru beserta turunannya. Warna merah digunakan sebagai bentuk peringatan atau larangan. Biru memiliki arti rasa sedih dan juga kesunyian, hal ini dapat menggambarkan perasaan para korban yang terkena *cancel culture*. Selanjutnya warna kuning digunakan oleh seseorang yang sering memperoleh perhatian di muka publik, hal ini dapat dikaitkan dengan *cancel culture* yang memang mengarah pada pesohor. Warna sisanya seperti krem dan abu digunakan sebagai warna pendukung.



Gambar 10. Kode warna
 Sumber: Pribadi (2023)

Hasil

Setelah melewati berbagai tahap dari pra-produksi hingga produksi, media utama telah selesai untuk disebarakan kepada khalayak. Hasil akhir dari desain media informasi dalam bentuk *e-booklet* ini memiliki total 16 halaman (14 halaman isi).

Nuansa *pop art* menjadi pilihan karena *pop art* atau *popular art* memiliki kesan ramai serta mengambil simbol-simbol dan gaya visual yang populer yang berasal dari media massa. Hal tersebut sesuai dengan *cancel culture* yang juga merupakan fenomena budaya populer di media sosial. Seperti yg tampak dalam setiap halamannya, demikian pula dengan pilihan gaya visualnya yang mengambil ciri khas dari seni *pop art* seperti warna cerah dengan kontras yang kuat, repetisi pada tiap polanya, serta memakai ikon populer dan simbol sehari-hari. Selain itu media utama menggunakan nuansa komikal seperti terlihat dari elemen visual *bubble dialog* dan pembentukan panel sebagai *layout*.

Proses distribusi dari media utama ini dilakukan dengan cara diadakannya sebuah acara peluncuran *e-booklet* secara *online*. Siapapun dapat berpartisipasi dengan cara mendaftarkan diri terlebih dahulu pada *link* dan *qr code* yang telah disediakan pada media pendukung. Selain itu, setelah acar peluncuran berakhir *e-booklet* dapat diakses dan diunggah secara bebas melalui *link* dan *qr code* yang telah disediakan pada media pendukung seperti unggahan di media sosial khususnya Instagram.



Gambar 11. Halaman isi e-booklet
Sumber: Pribadi (2023)



Gambar 12. Cover dan back cover e-booklet
Sumber: Pribadi (2023)

Media Pendukung

Media pendukung dibuat agar informasi mengenai fenomena *cancel culture* dapat tersampaikan pada khalayak sasaran juga sebagai bentuk *gimmick* supaya menimbulkan rasa ketertarikan khalayak terhadap media utama.

a. Poster

Poster digunakan sebagai bentuk promosi dan penghubung acara yang diselenggarakan untuk peluncuran media utama. Poster akan menggunakan ukuran A3 atau 29.7 cm x 42 cm dengan menggunakan bahan kertas *art paper* dengan ketebalan 210 gsm dan laminasi *doff*. Poster disebar di lokasi-lokasi strategis yang mudah dijangkau oleh khalayak. Serta di area-area kampus dan tempat kerja, hal tersebut menyesuaikan dengan khalayak yang telah ditentukan.



Gambar 13. Poster
Sumber: Pribadi (2023)

b. *X-banner*

Sama halnya dengan poster, *x-banner* digunakan sebagai media pendukung yang memberitahukan keberadaan media utama. *X-banner* dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang jelas dan mudah diingat. Dengan ukuran yang cukup besar, *x-banner* dapat menampilkan informasi penting, yang ingin disampaikan kepada khalayak. Sifatnya yang besar juga menjadikan pesan pada *x-banner* dapat dilihat dari kejauhan. Media *x-banner* menggunakan ukuran standar yaitu 60 cm x 160 cm dengan bahan *flexi* menggunakan cetak digital.



Gambar 14. *X-banner*
Sumber: Pribadi (2023)

c. Stiker Set

Stiker yang dibuat merupakan stiker set yang terdiri dari 6 jenis gambar. Stiker berbahan *vinyl* dengan laminasi *doff* berukuran A5 atau 14,8 cm x 21 cm dengan cara *digital printing*. Dalam perancangan ini, stiker set digunakan sebagai penarik minat khalayak agar mengikuti acara peluncuran media utama. Stiker set akan dijadikan sebagai *freebies* dari ajang *give away*.



Gambar 15. Stiker set
 Sumber: Pribadi (2023)

d. *Case Ponsel*

Case ponsel dibuat berdasarkan semua jenis tipe ponsel, untuk ukurannya tergantung tipe ponsel yang dipakai mengingat bahwa ada begitu banyak tipe ponsel. *Case* ponsel berjenis *softcase* yang menggunakan teknik *digital printing* di area yang telah ditentukan. Media pendukung ini akan dijadikan sebagai *freebies* bagi khalayak yang beruntung dalam acara peluncuran *e-booklet*.



Gambar 16. *Case* ponsel
 Sumber: Pribadi (2023)

e. *Pop Socket*

Pop socket merupakan benda yang dapat mempermudah pengguna dalam memegang ponsel. *Pop socket* ponsel dapat terpasang di bagian belakang ponsel yang sering terlihat. Hal ini akan memungkinkan pesan dan informasi tentang *e-booklet cancel culture* tetap terlihat dan diingat oleh pemilik ponsel dan orang-orang di sekitarnya. *Pop socket* dibuat memiliki ukuran diameter 4 cm menggunakan teknik *digital printing*. Media pendukung ini akan dijadikan sebagai *freebies* bagi khalayak beruntung yang mengikuti acara *give away* setelah mengunduh media utama yaitu *e-booklet*.



Gambar 17. *Pop socket*
Sumber: Pribadi (2023)

f. *T-shirt*

T-shirt adalah pakaian yang sering digunakan dan bisa dilihat oleh banyak orang. Hal ini memberikan peluang untuk menyebarkan pesan. Pada media pendukung *t-shirt* menggunakan bahan katun *combed 30s*, *T-shirt* yang diproduksi memiliki ukuran standar yaitu L dengan proses *print* desain menggunakan *print DTF*. Media pendukung *t-shirt* akan digunakan sebagai *freebies* saat acara peluncuran media utama bagi khalayak yang beruntung.



Gambar 18. *T-shirt*
Sumber: Pribadi (2023)

g. *Totebag*

Totebag memiliki fungsi sebagai wadah penyimpanan yang dapat menampung banyak benda. Media pendukung *totebag* yang dibuat menggunakan bahan *polyester* dengan ukuran 32 cm x 32 cm. *Polyester* adalah bahan yang kuat dan tahan lama. *Totebag* dari bahan *polyester* biasanya dapat menahan penggunaan sehari-hari yang kasar sehingga tidak mudah rusak atau robek. *Totebag* diproduksi dengan cetak *print DTF*, media pendukung ini akan dijadikan sebagai *freebies* bagi khalayak beruntung yang mengikuti acara *give away* setelah mengunduh media utama yaitu *e-booklet*.



Gambar 19. *Totebag*
 Sumber: Pribadi (2023)

h. Mug

Mug yang umum digunakan dalam rutinitas sehari-hari, terutama untuk minuman seperti kopi atau teh. *Mug* dibuat dengan menggunakan bahan keramik dengan desain yang diletakkan di bagian tengah *mug* dengan diameter 8 cm dan tinggi 9 cm, proses cetak menggunakan *digital printing*. Media pendukung ini akan digunakan sebagai *freebies* saat acara peluncuran media utama bagi khalayak yang beruntung.



Gambar 20. *Mug*
 Sumber: Pribadi (2023)

i. Gantungan Kunci

Media pendukung gantungan kunci dibuat dengan teknik print digital di material akrilik. Gantungan kunci ini memiliki ukuran 3 cm x 7 cm dengan menggunakan *teknik digital printing*. Media pendukung ini akan digunakan sebagai *freebies* bagi khalayak beruntung yang telah mengunduh *e-booklet*.



Gambar 21. Gantungan kunci
Sumber: Pribadi (2023)

j. Feeds Instagram

Dapat dikatakan bahwa Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial paling populer dengan jumlah pengguna yang sangat besar sehingga dapat mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Media pendukung *feeds* Instagram bertujuan untuk menarik perhatian warganet mengenai acara peluncuran e-booklet tentang informasi *cancel culture*. *Feeds* Instagram berukuran 1080 px x 1080 px atau setara dengan 1:1. Media pendukung ini akan diunggah oleh akun Instagram KOMINFO selaku *mandatory* media informasi *cancel culture*.



Gambar 22. Feeds Instagram
Sumber: Pribadi (2023)



Gambar 23. Feeds Instagram setelah acara peluncuran
 Sumber: Pribadi (2023)

KESIMPULAN

Fenomena *cancel culture* merupakan fenomena yang marak terjadi di media sosial yang merupakan budaya hukuman sosial yang telah ada jauh sebelum perkembangan media sosial. Tujuan dari fenomena ini tetap konsisten, yaitu untuk menghukum individu yang dianggap melanggar norma sosial. Media sosial memainkan peran utama dalam penyebaran fenomena ini, terutama di Indonesia yang masih relatif baru mengenalnya. Oleh karena itu, diciptakan perancangan media informasi berbasis digital dalam bentuk *e-booklet* yang mengusung gaya *pop art* untuk menggambarkan kegaduhan yang bisa ditimbulkan oleh *cancel culture* di media sosial. *E-booklet* dipilih sebagai media utama karena praktis, tahan lama, mudah diakses, dan berisi visual menarik, dengan harapan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengertian, sejarah, contoh kasus, perbedaannya dengan *hate speech*, dampak, solusi terkait *cancel culture*, serta solusi dengan harapan khalayak lebih paham dan dapat memosisikan *cancel culture* dengan benar.

DAFTAR PUSTAKA

Albar, D. (2011). Struktur dan proses komunikasi dalam poster pemanasan global victor van gasbeek. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 3(1), 34-42.

Greater, T. (2021). *Johnny Depp Says Cancel Culture Is “So Far Out Of Hand” & “No One Is Safe”, Asks People To “Stand Up” Against “Injustice”* – San Sebastian, Deadline.com, diakses pada 30 Oktober 2022 dari <https://deadline.com/2021/09/johnny-depp-cancel-culture-so-far-out-of-hand-no-one-is-safe-asks-people-to-stand-up-against-injustice-1234842145/>.

- Hanifah, H., Afrikani, T., & Yani, I. (2020). Pengembangan Media Ajar E-Booklet Materi Plantae Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Biologi Siswa. *Journal Of Biology Education Research (JBER)*, 1(1), 10-16.
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek warna dalam dunia desain dan periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084-1096.
- Rastati, R. (2021). Cancel Culture: Dari Industri Hiburan Korea Selatan hingga Online Nationalism Indonesia, *Masyarakat dan Budaya*, 23(22), 19-22.
- Rochmawati, I. (2019). IWEARUP.COM USER INTERFACE ANALYSIS. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 7(2), 31-44. <https://doi.org/10.33375/vslt.v7i2.1459>
- Suprpto, R. (2019). Analisa Strategi Kreatif Pendekatan Unique Selling Proposition Dalam Iklan Nissan 4x4s, *Jurnal ADAT*, (2), 58-74.
- Hidayatullah, T., Sabana, S., & Sanjaya, T. (2017, Oktober). Unsur Karikatural dalam Seni Ruang Publik (Permasalahan Lingkungan di Kawasan Ciroyom Bandung). Di *Seminar Nasional Seni dan Desain 2017* (hh. 457-463). Universitas Negeri Surabaya.
- Wantoro, W., & Kasmana, K. (2017). Perancangan Font Tapych Berbasis Karakter Visual Motif Tapis Lampung. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(01), 81-91.
- Wardana, K. N. H. (2012). Gaya Pop Art pada Karya Desain Grafis di Indonesia. *Prasi: Jurnal Bahasa, Seni, dan Pengajarannya*, 7(14), 17-22.