

ABSTRAK

Fenomena *cancel culture* telah menjadi bagian yang sangat penting dalam masyarakat Indonesia. Dengan kemajuan teknologi informasi, berbagai kegiatan pemasaran atau peremajaan reputasi sebagian besar memanfaatkan media sosial. Salah satu kegiatan tim humas adalah pemantauan media sosial khususnya di Instagram. Makalah ini akan melakukan penelitian tentang salah satu perusahaan kecantikan Indonesia, Rose All Day, yang dibatalkan oleh masyarakat *online* karena isunya yang kontroversial yang menyebabkan perusahaan tersebut dibatalkan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan mekanisme Naives Bayes Classifier untuk membantu menganalisis sentimen. Hasil penelitian dan diskusi yang telah dilakukan oleh penulis, diperoleh kesimpulan bahwa analisis sentimen mengungkapkan bahwa 53,53% komentar positif, 25,84% netral, dan 20,63% negatif. Tahapan *Social Media Listening* menjadi tahapan yang krusial sebelum memasuki tahapan *Social Media Monitoring*, karena hal tersebut dapat membantu perusahaan melacak upaya komunikasi di *platform* seperti Instagram untuk mencegah isu *Cancel Culture* yang dapat berkelanjutan

Kata Kunci : *Cancel Culture*, *Social Media Monitoring*, Reputasi Perusahaan