

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dapat mengubah cara masyarakat berinteraksi dan menyampaikan opini di ruang publik, khususnya melalui media sosial. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, opini publik dapat menyebar dengan cepat dan jangkauannya luas, sehingga fenomena cancel culture sering menjadi perbincangan publik. Istilah cancel culture ini sendiri mengacu pada tindakan kolektif masyarakat untuk mengecam, menolak, atau memboikot tokoh publik maupun karyanya sebagai bentuk sanksi sosial yang diberikan masyarakat karena dianggap telah melanggar norma atau nilai yang berlaku di masyarakat (Latief, 2023). Dalam praktiknya, cancel culture sering kali diwujudkan melalui tindakan call-out atau calling out, yakni praktik menyebutkan kesalahan seseorang secara publik dengan tujuan mengkritik atau mempermalukan secara terbuka, yang pada akhirnya bermuara pada upaya kolektif untuk "menghapus" individu beserta seluruh karya dan kontribusinya dari pandangan publik (Khairunniza, 2024).

Umumnya, fenomena cancel culture ini terjadi pada kalangan public figure, karena masyarakat memiliki ekspektasi agar mereka selalu menjadi contoh yang baik di ruang publik. Sehingga, ketika seorang public figure melakukan tindakan yang menyimpang dari norma atau nilai yang berlaku di masyarakat, maka akan mempengaruhi citranya sebagai seorang public figure di mata masyarakat (Jehovani et al., 2024). Menurut Khairunniza (2024) dalam bukunya yang berjudul Mengkonstruksi Fenomena Cancel Culture, individu yang menjadi

sasaran cancel culture umumnya adalah mereka yang dianggap telah melanggar norma sosial yang diakui masyarakat, meskipun norma tersebut kerap tidak tertulis. Namun, perannya tetap signifikan terutama di platform media sosial, di mana pengguna bebas mengekspresikan pendapat dan merespons tindakan yang mereka nilai tidak sesuai.

Media sosial menjadi faktor utama dalam pembentukan opini publik, karena media sosial memberi ruang bagi siapapun untuk menyuarakan pendapat dan berpartisipasi dalam diskusi. Sehingga persepsi terhadap suatu isu dapat berkembang secara cepat, dipengaruhi viralitas, dan algoritma pada platform media sosial yang digunakan. Opini publik dapat mendominasi percakapan dalam waktu singkat dengan adanya fitur seperti retweet, hashtag, atau repost (Suhendra, 2024). Hal ini diperkuat oleh peran algoritma media sosial yang cenderung memprioritaskan konten yang memicu keterlibatan emosional tinggi, sehingga konten yang bersifat kontroversial lebih cepat menjadi viral dan menjangkau audiens yang jauh lebih luas dari yang semula dimaksudkan (Khairunniza, 2024).

Di antara berbagai platform media sosial yang ada, Platform X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter) menjadi salah satu ruang utama tempat fenomena cancel culture berkembang paling pesat. Fitur-fitur yang dimiliki Platform X, seperti retweet, quote tweet, dan trending topic, memungkinkan sebuah isu menyebar secara masif dalam waktu singkat. Karakter Platform X yang bersifat publik dan terbuka membuat setiap pernyataan atau tindakan yang dianggap kontroversial dapat dengan mudah diangkat ke permukaan, di komentar, dan disebarluaskan oleh jutaan pengguna secara bersamaan (Muharman et al., 2023). Di Indonesia, Platform X juga menjadi wadah utama bagi komunitas penggemar budaya populer, khususnya penggemar

K-drama dan K-pop, untuk berbagi informasi, mengekspresikan pendapat, dan mengorganisir respons kolektif terhadap isu-isu yang mereka anggap relevan.

Salah satu bentuk kehadiran komunitas penggemar K-drama di Platform X adalah melalui akun-akun menfess (mention confession). Akun menfess merupakan akun agregator yang memfasilitasi pengguna untuk mengirimkan pesan atau pendapat secara anonim melalui direct message, yang kemudian diteruskan atau diposting oleh akun tersebut ke timeline publik. Mekanisme ini memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan pendapat tentang isu-isu tertentu tanpa harus mengaitkannya secara langsung dengan identitas pribadi mereka (Rijal & Ramadhany, 2025). Salah satu akun menfess yang memiliki pengaruh signifikan di kalangan penggemar K-drama di Indonesia adalah akun @kdrama_menfess. Akun ini menjadi ruang diskusi utama bagi para penggemar drama Korea untuk berbagi opini, ulasan, dan reaksi terhadap berbagai isu yang berkaitan dengan dunia K-drama, termasuk kontroversi yang melibatkan film adaptasi drama Korea di Indonesia. Dengan jumlah pengikut yang besar dan tingkat keterlibatan yang tinggi, konten yang beredar melalui akun @kdrama_menfess memiliki potensi untuk membentuk dan memperkuat opini publik, termasuk dalam konteks cancel culture.

Dalam budaya digital saat ini, khususnya di kalangan generasi muda, proses diskusi berlangsung cepat, spontan, dan melibatkan banyak partisipasi. Generasi muda tidak hanya menerima informasi, tetapi juga aktif membentuk opini, memberikan komentar, dan menghasilkan narasi tandingan (Rijal & Ramadhany, 2025). Pola komunikasi ini menciptakan lingkungan yang membuat opini publik mudah menyebar secara luas dan pada akhirnya dapat memicu tindakan kolektif seperti cancel culture. Dalam konteks ini, fenomena *echo chambers*

turut memperparah dinamika tersebut, di mana pengguna media sosial cenderung hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri, sehingga mendorong lebih banyak orang untuk terlibat dalam gerakan pembatalan tanpa mendalami permasalahannya secara kritis (Khairunniza, 2024). Kondisi ini secara khusus terlihat di kalangan pekerja muda yang merupakan pengguna aktif media sosial dan sekaligus konsumen utama konten hiburan, termasuk drama Korea dan film adaptasinya.

Budaya partisipatif yang berkembang dalam masyarakat digital membuat individu dapat terlibat aktif dalam membentuk dan menafsirkan makna. Kehadiran fandom, komunitas daring, dan budaya berbagi membuat isu hiburan sering meluas menjadi pembahasan sosial yang lebih besar. Dalam konteks ini, cancel culture tidak hanya muncul sebagai bentuk kemarahan, tetapi juga sebagai cara masyarakat berpartisipasi dalam mengontrol representasi dan perilaku public figure (Prasetyo et al., 2025). Seiring berjalannya waktu, cancel culture pun berkembang dari yang semula hanya merespons pelanggaran serius seperti tindakan diskriminatif atau pelanggaran hukum, menjadi fenomena yang lebih luas dan sering kali diterapkan pada berbagai jenis perilaku, termasuk kesalahan kecil atau pernyataan yang dianggap kontroversial (Khairunniza, 2024).

Ruang publik digital sekarang menjadi tempat orang-orang berdiskusi dan berdebat soal nilai, moral, dan representasi budaya. Interaksi di dalamnya bisa menimbulkan tekanan sosial yang mempengaruhi reputasi seseorang atau sebuah karya, termasuk film (Mahda et al., 2025). Perdebatan yang muncul sering menunjukkan benturan nilai antar kelompok, dan dari dinamika itulah fenomena seperti cancel culture bisa terjadi. Dalam situasi semacam ini, cancel culture berpotensi berfungsi sebagai pengadilan massa yang tidak adil, di mana

individu dihukum tanpa proses yang layak atau kesempatan untuk memperbaiki kesalahan mereka (Khairunniza, 2024). Dampak ini tidak hanya dirasakan oleh individu yang bersangkutan, tetapi juga meluas ke seluruh pihak yang terlibat dalam produksi sebuah karya, termasuk dalam industri film bergenre romance comedy yang sangat bergantung pada antusiasme penggemar untuk mendorong jumlah penonton.

Fenomena cancel culture melalui media sosial memberikan dampak yang signifikan pada industri film, tidak hanya pada individu (aktor) saja tetapi juga pada karyanya. Tekanan opini publik dapat memicu adanya aksi cancel culture yang menyebabkan penurunan rating hingga pembatalan proyek yang melibatkan individu yang terkena cancel culture (Oktaviani, 2024). Film *A Business Proposal* versi Indonesia merupakan salah satu contoh film adaptasi bergenre romance comedy dari serial atau webtoon populer yang terkena dampak dari aksi cancel culture akibat opini publik di media sosial. Adaptasi film dari serial atau webtoon populer kerap mendapat perhatian dari para penggemar, namun realita yang terjadi pada film adaptasi ini justru berbanding terbalik. Film adaptasi *A Business Proposal* yang dibintangi oleh Abidzar Al-Ghifari ini justru menghadapi gelombang kritik tajam dari netizen yang berujung pada cancel culture.

Seruan untuk melakukan aksi cancel pada film adaptasi *A Business Proposal* dipicu oleh kontroversi yang dilakukan oleh Abidzar Al-Ghifari pada saat wawancara promosi film. Dalam wawancara ini, Abidzar mengaku hanya menonton satu episode drama Korea *A Business Proposal* karena ingin menciptakan karakter baru yang berbeda (Tempo, 2025b). Hal ini menuai banyak kecaman dari penggemar drama dan webtoon aslinya, karena Abidzar dinilai tidak profesional dan tidak menghargai karya aslinya. Yang menjadikan kasus ini

memiliki keunikan tersendiri adalah bahwa gelombang cancel culture ini sudah terjadi dalam fase pra-penayangan, yakni sebelum film tersebut resmi dirilis ke bioskop. Kontroversi yang berkembang di Platform X, termasuk melalui akun @kdrama_menfess, memperlihatkan bagaimana opini publik dapat terbentuk dan terkonsolidasi bahkan sebelum khalayak memiliki kesempatan untuk menyaksikan langsung karya yang bersangkutan. Kontroversi semakin memanas ketika Abidzar memberikan tanggapan yang dinilai arogan melalui wawancara di berbagai media dan unggahan eksklusif di Instagram Story miliknya.

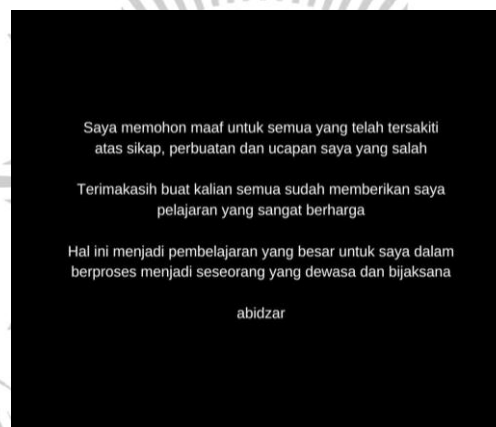


Gambar 1.1 Unggahan akun X @agistalita pada kolom komentar unggahan @kdrama_menfess (Sumber : x.com)

Kontroversi yang ditimbulkan oleh Abidzar pada saat wawancara promosi ini menjadi penyebab utama munculnya seruan untuk cancel film adaptasi A Business Proposal bahkan sebelum tanggal perilisannya. Film adaptasi A Business Proposal ini akhirnya turun layar setelah bertahan selama 7 hari di bioskop. Jumlah penonton di hari pertama penayangan tercatat sebanyak 6.900 orang, angka tersebut tergolong cukup rendah untuk sebuah film adaptasi dari drama Korea (A. Mardiana, 2025). Penurunan jumlah penonton terus berlanjut, hingga terjadi pemangkasan jumlah layar penayangan dari 1.270 menjadi 551 layar. Akibat performa yang mengecewakan, film remake A Business Proposal ini resmi turun layar pada

hari ke-7 penayangan, dengan total 26.065 penonton dan memperoleh rating 1/10 dari 16.859 ulasan di IMDb (Tempo, 2025b). Dampak dari cancel culture yang dilakukan oleh penggemar drama Korea cukup besar, sehingga film adaptasi A Business Proposal ini turun layar dalam waktu yang cukup singkat dan menjadikannya sebagai film adaptasi drama Korea pertama yang mengalami cancel culture di Indonesia (Rastati, 2025).

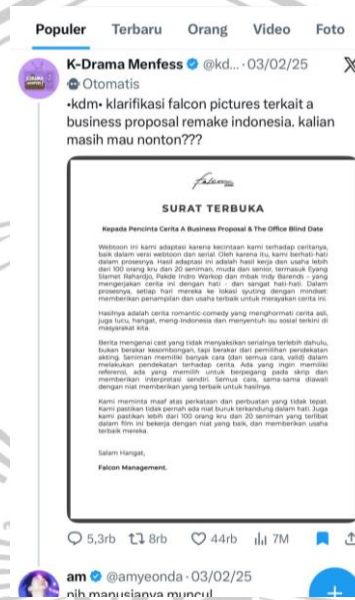
Menanggapi kontroversi yang semakin memanas, Abidzar akhirnya memberikan klarifikasi melalui unggahan di akun Instagram pribadinya. Dalam unggahannya, Abidzar menyampaikan permohonan maaf atas pernyataan yang telah menyinggung banyak pihak dan berjanji akan menjadikan kasus ini sebagai pembelajaran agar kedepannya menjadi lebih baik.



Gambar 1.2 Klarifikasi Abidzar (Sumber : x.com)

Falcon Pictures selaku rumah produksi yang menggarap film adaptasi A Business Proposal ini juga turut angkat bicara. Dalam pernyataan resminya, mereka menyampaikan permohonan maaf kepada pihak-pihak yang tersinggung akibat pernyataan Abidzar. Falcon Pictures menyatakan bahwa setiap aktor memiliki metode akting masing-masing, sehingga mereka berpendapat bahwa keputusan Abidzar untuk tidak menonton drama aslinya adalah haknya sebagai aktor ('Aini, 2025). Pernyataan yang dikeluarkan oleh Falcon Pictures ini justru

membuat netizen merasa isi dari surat terbuka tersebut memaksa mereka untuk memaafkan kontroversi yang dilakukan oleh Abidzar, dengan dalih ada orang produksi yang sudah bekerja keras dalam produksi film ini. Penggemar drama Korea pun turut menuliskan berbagai komentar setelah munculnya pernyataan ini.



Gambar 1.3 Surat Terbuka Falcon Pictures (Sumber :x.com)

Pernyataan yang dikeluarkan oleh Falcon Pictures ini justru membuat netizen merasa isi dari surat terbuka ini memaksa mereka untuk memaafkan kontroversi yang dilakukan oleh Abidzar, dengan dalih ada orang produksi yang sudah bekerja keras dalam produksi film ini. Penggemar drama Korea pun turut menuliskan berbagai komentar setelah munculnya pernyataan ini.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas fenomena cancel culture di media digital. Penelitian oleh Nadia Muharman et. al. (2022) memfokuskan cancel culture sebagai bentuk kontrol sosial masyarakat di Twitter terhadap pelanggaran norma moral. Sementara itu, penelitian Novita Ika Purnamasari (2022) membahas cancel culture sebagai dilema ruang

publik dan kuasa netizen terhadap figur publik di media sosial. Kedua penelitian tersebut lebih menekankan cancel culture sebagai bentuk kontrol sosial dan reaksi kolektif netizen di ruang digital. Namun, penelitian tersebut belum mengkaji bagaimana khalayak memaknai fenomena cancel culture dalam konteks budaya populer, khususnya pada kontroversi film adaptasi Indonesia *A Business Proposal*. Dengan demikian, masih terdapat celah penelitian terkait bagaimana posisi resepsi khalayak pada fenomena cancel culture pada film adaptasi Indonesia tersebut, terutama di tengah perbedaan pengalaman menonton dan kedekatan emosional penonton terhadap versi drama Koreanya.

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya memahami respon publik terhadap fenomena *cancel culture* yang muncul dalam film adaptasi *A Business Proposal*. Fenomena ini menjadi menarik karena menunjukkan dinamika penerimaan khalayak terhadap representasi budaya dalam media populer. Respon yang muncul tidak bersifat tunggal, melainkan beragam, mulai dari dukungan, keterpaksaan mengikuti arus, hingga pembentukan narasi tandingan. Untuk menganalisis hal tersebut, digunakan teori resepsi Stuart Hall (1980), yang membagi posisi pemaknaan khalayak ke dalam tiga kategori: hegemonik-dominan, negosiasi, dan oposisi. Teori ini menekankan bahwa pemaknaan pesan media tidak bersifat pasif, melainkan aktif, tergantung pada latar belakang budaya, pengalaman, dan nilai-nilai yang dimiliki oleh khalayak. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana makna media dikonstruksi dan dipertukarkan dalam konteks sosial yang lebih luas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian komunikasi, khususnya dalam memahami praktik pemaknaan khalayak terhadap isu budaya populer.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pekerja muda di Kota Malang memaknai *cancel culture* dalam forum diskusi Platform X pada konflik pra-penayangan film *A Business Proposal* Indonesia di akun @kdrama_menfess?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk memahami pemaknaan pekerja muda di Kota Malang pada *cancel culture* dalam forum diskusi Platform X pada konflik pra-penayangan film *A Business Proposal* Indonesia di akun @kdrama_menfess.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademik dan praktis, yaitu :

1.4.1 Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah studi media dan budaya populer. Dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall (1980), penelitian ini dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana khalayak memaknai pesan media secara aktif dan beragam, khususnya dalam konteks fenomena *cancel culture*.

1.4.2 Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran bagi pembaca dan masyarakat dalam memahami bagaimana suatu isu seperti *cancel culture* dipahami dan dimaknai oleh pengguna media sosial. Dengan begitu, masyarakat dapat lebih bijak dalam menyikapi opini yang berkembang di ruang digital serta tidak mudah terpengaruh oleh tekanan kelompok atau arus komentar yang bersifat emosional.