



ANALYSIS OF NETIZEN RECEPTION ON SOCIAL MEDIA X REGARDING ACTOR ABIDZAR'S STATEMENT IN THE PROMOTION OF THE FILM ADAPTATION *A BUSINESS PROPOSAL*

ANALISIS RESEPSI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL X ATAS PERNYATAAN AKTOR ABIDZAR DALAM PROMOSI FILM ADAPTASI *A BUSINESS PROPOSAL*

Hana Maudunnajah, Rizqi Fitrianti, Arfian
Suryasuciramdhan, Eka Susilawati, April Laksana
Universitas Bina Bangsa, Kota Serang, Indonesia.

hanaidunnajah@gmail.com*

Informasi artikel:

Disubmisi: 10 Oktober 2025

Ditayangkan: 02 Februari 2026

Bentuk Sitasi artikel: Haq, S.D., Santoso,H, et al.2026.
Instagram Skit Content on Purchase Intention of Tiebymin's
Hijab Product. Jurnal Netnograafi Komunikasi

ABSTRACT

This study aims to analyze netizens' reception on social media X regarding actor Abidzar Al-Ghifari's controversial statement during the promotional activities for the film adaptation of *A Business Proposal*. The statement sparked public debate and developed into a practice of cancel culture. This study uses a qualitative approach with a netnography method, with data in the form of netizen posts and comments on popular menfess accounts on social media X. Data analysis was carried out by categorizing netizen reception based on Stuart Hall's reception theory, namely dominant hegemonic reading, negotiated reading, and oppositional reading. The results show that the majority of netizens took an oppositional reading position, rejecting the actor's statement and encouraging a boycott of the film. Meanwhile, dominant and negotiated readings appeared in more limited numbers. These findings indicate that social media platform X functions as an arena for the production of meaning and digital social sanctions, where netizens play an active role in shaping collective opinion and cancel culture practices against public figures.

Keywords: Reception Analysis, Cancel Culture, Digital Culture, Social Media X, Netnography.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi netizen di media sosial X mengenai pernyataan kontroversial aktor Abidzar Al-Ghifari dalam kegiatan promosi film adaptasi *A Business Proposal*. Pernyataan tersebut memicu perdebatan publik dan berkembang menjadi praktik *cancel culture*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi, dengan data berupa unggahan dan komentar netizen pada akun menfess populer di media sosial X. Analisis data dilakukan dengan mengategorikan resepsi netizen berdasarkan teori resepsi Stuart Hall, yaitu dominant hegemonic reading, negotiated reading, dan oppositional reading. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas netizen berada pada posisi pembacaan oposisi yang menolak pernyataan aktor dan mendorong ajakan boikot terhadap film. Sementara itu, pembacaan dominan dan negosiasi muncul dalam jumlah lebih terbatas. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial X berfungsi sebagai arena produksi makna dan sanksi sosial digital, dimana netizen berperan aktif dalam membentuk opini kolektif dan praktik *cancel culture* terhadap figur publik.

Kata kunci: Analisis Resepsi, Budaya Digital, Cancel Culture, Media Sosial X, Netnografi

Perkembangan industri hiburan Indonesia semakin meningkat terutama dalam dunia perfilman. Salah satu upaya peningkatan tersebut yaitu dengan mengembangkan film adaptasi, dalam hal ini yaitu mengadaptasi karya seperti komik dan *Webtoon*. *Webtoon* merupakan hasil adaptasi dari komik berbentuk cetak menjadi komik digital, disajikan dalam layout vertikal yang telah disesuaikan untuk layar komputer dan telepon seluler (Hanum & Kurniawan, 2023). Salah satu karya film adaptasi di Indonesia yaitu film *A Business Proposal*, yang merupakan hasil adaptasi dari *Webtoon* Korea yang berjudul "*The Office Blind Date*", diproduksi oleh Falcon Pictures selaku rumah produksi. Meskipun film ini telah ada versi drama Korea, informasi mengenai adanya film adaptasi *A Business Proposal* versi Indonesia ini mendapatkan perhatian serta antusiasme dari publik terutama bagi penggemar drama Korea (*K-Drama Lover*), dan menjadi perbincangan hangat netizen Indonesia di berbagai platform digital. Namun, perbincangan tersebut bukan mengenai isi cerita ataupun kualitas produksi, melainkan karena adanya pernyataan kontroversial yang dilakukan oleh salah satu aktor saat melakukan kegiatan promosi film tersebut.

Kegiatan promosi dalam dunia perfilman, merupakan kegiatan paling penting dalam menunjang kesuksesan sebuah film. Setiap perilsan film umumnya melakukan serangkaian kegiatan promosi seperti pemutaran perdana atau premiere, kegiatan wawancara, serta berbagai acara publik lainnya. Peristiwa yang baru-baru ini terjadi adalah adanya pernyataan seorang aktor yaitu Abidzar Al-Ghifari dalam promosi film adaptasi *A Business Proposal* versi Indonesia yang menimbulkan kontroversi di media. Kontroversi bermula dari serangkaian kegiatan promosi yang disampaikan dalam berbagai wawancara. Pernyataan-pernyataan tersebut berkaitan dengan perannya dalam film adaptasi *A Business Proposal* versi Indonesia dan secara bertahap memicu respons negatif dari sebagian netizen, khususnya penggemar karya asli.

Pernyataan pertama yang menjadi perhatian publik disampaikan Abidzar pada 13 Januari 2025 melalui media Youtube Hype. Dalam wawancara tersebut, Abidzar

mengungkapkan bahwa ia hanya menonton episode pertama versi drama Korea *A Business Proposal* dan memilih untuk tidak melanjutkannya. Ia menyatakan bahwa keputusan tersebut diambil agar dapat membangun karakter versinya sendiri bersama sutradara, tanpa terikat pada karakter asli yang telah ada secara “plek-ketiplek”. Menurut Abidzar, adaptasi Indonesia seharusnya memiliki identitas dan karakter yang berbeda, sehingga tidak perlu sepenuhnya mengikuti versi asli. Pernyataan ini mendapat kritik dari publik, khususnya dari netizen dan penggemar drama Korea. Mereka menilai bahwa sikap aktor tersebut dianggap kurang mengapresiasi dan tidak menghargai karya yang telah ada.

Kutipan pernyataan Abidzar tersebut kemudian menyebar luas di media sosial yang lain, terutama di media sosial X yang disebarakan melalui akun-akun menfess populer seperti @tanyakanrl dan @moviemnfs, sehingga postingan mengenai pernyataan tersebut menjadi viral dan menimbulkan respons beragam dari netizen di media sosial X.



Respons yang muncul sangat beragam adapun dukungan, kritik, sindiran, hingga ajakan boikot massal terhadap film yang sedang dipromosikan tersebut, dan akhirnya berkembang menjadi praktik *cancel culture* terhadap aktor Abidzar. *Cancel culture* merupakan salah satu upaya atau aksi untuk memboikot dan berhenti untuk

mendukung seseorang akibat dari kesalahan yang telah dilakukan dan tidak dapat diterima oleh publik. *Cancel culture* dilakukan secara kolektif dan atas dasar konsensus bersama untuk menyatakan bahwa seseorang layak untuk diabaikan karena melakukan sesuatu yang dianggap tidak pantas (Latief, 2023). Aksi ini bertujuan agar orang tersebut mendapatkan sanksi sosial baik secara langsung maupun melalui digital, serta untuk mendapatkan efek jera atas perbuatannya tersebut.

Fenomena ini menunjukkan bahwa respons netizen terhadap pernyataan aktor atau *public figure* di era digital saat ini sangat penting dan beragam tergantung pada interpretasi dan pemaknaan oleh netizen di media sosial tersebut. Di satu sisi pernyataan tersebut bisa dianggap sebagai opini pribadi sang aktor, namun di sisi lain netizen juga memiliki batasan serta standar tertentu mengenai sikap dan perilaku aktor yang dianggap baik, tidak baik, ataupun menyimpang. Dalam kasus ini, pernyataan kontroversial aktor Abidzar awalnya muncul melalui platform YouTube sebagai bagian dari promosi film, namun kemudian menyebar dan menjadi bahan diskusi yang luas di media sosial X. Perpindahan arus perbincangan ini menunjukkan bahwa media sosial X berfungsi sebagai ruang penyebaran pesan yang aktif, sehingga isu yang sebelumnya terbatas pada satu platform bisa berkembang menjadi perbincangan publik yang masif. Selain itu juga munculnya perbedaan makna yang terbentuk antara pihak produksi, aktor, dengan netizen terhadap status film adaptasi tersebut. Pihak film dan para aktor menyatakan bahwa karya tersebut merupakan hasil adaptasi dari *Webtoon* Korea, bukan remake dari drama Korea. Namun, menurut persepsi netizen, banyak yang memahami dan menilai film ini sebagai remake dan bukan hasil adaptasi dari *Webtoon*, karena kesamaan judul, alur, dan karakter yang hampir sama dengan versi drama Korea. Perbedaan persepsi inilah yang mencerminkan adanya proses pemaknaan ulang oleh publik berdasarkan latar belakang pengalaman, pengetahuan, dan nilai-nilai sosial mereka masing-masing. Sehingga media sosial berperan penting sebagai tempat pembentukan makna, sekaligus dalam pembentukan sanksi sosial

digital.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini tidak secara langsung mempersoalkan dan tidak membahas pernyataan aktor Abidzar di platform YouTube, melainkan melihat bagaimana pernyataan tersebut dipahami, ditafsirkan, dan ditanggapi oleh netizen di media sosial X. Oleh karena itu, media sosial X menjadi ruang ekspresi yang memperlihatkan beragam bentuk respons netizen, mulai dari pembelaan, perdebatan, hingga pembentukan *Cancel culture*. Dengan demikian, fokus utama penelitian ini adalah pada resepsi netizen di media sosial X terhadap suatu pernyataan kontroversial, bukan pada pribadi aktor atau video itu sendiri. Analisis resepsi lebih menekankan pada pemaknaan isi pesan oleh audiens atau khalayak berdasarkan *frame of reference* dan *field of experience*. Selain itu juga dilakukan pemaknaan audiens hingga melewati proses encoding dan decoding (Salsabila, 2024).

RERANGKA KONSEPTUAL

Penelitian ini didasarkan pada sejumlah teori dan kajian ilmiah yang relevan untuk memahami bagaimana media sosial digunakan sebagai media utama dalam penyebaran, penyaluran pesan yang aktif dan membentuk makna serta membentuk sanksi sosial digital.

Netizen merupakan individu yang aktif menggunakan media sosial dan tergabung dalam komunitas online. Mereka tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga produsen pesan digital yang memengaruhi arus wacana publik. Menurut (Irwanto & Hariatiningsih, 2020) netizen dapat dipahami sebagai manusia dalam konteks media sosial yang bukan sekadar pengguna, melainkan bagian dari sistem itu sendiri yang menyalurkan pesan sekaligus dikendalikan oleh media digital. Netizen berperan sebagai agen perubahan sosial karena memiliki kemampuan dalam menyebarkan informasi, mengumpulkan opini, dan memengaruhi pola pikir publik. Azmi & Prasetyo (2023), menjelaskan bahwa di Indonesia, perilaku netizen dapat dilihat

dari dua kecenderungan utama, yaitu *benign online disinhibition* yang merefleksikan ekspresi positif, seperti harapan, emosi, atau perilaku sopan, serta *toxic online disinhibition* yang cenderung negatif, seperti penggunaan kata kasar, ujaran kebencian, atau ancaman. Lebih jauh, dalam konteks fenomena *cancel culture*, motif utama keterlibatan netizen sering kali berakar pada dorongan untuk menegakkan norma sosial dan mencari bentuk keadilan alternatif yang dianggap tidak dapat diakomodasi sepenuhnya oleh hukum formal.

Salah satu media yang dominan digunakan oleh netizen adalah media sosial X, sebelumnya dikenal dengan nama Twitter. Platform ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey dan kini dimiliki oleh Elon Musk sejak rebranding pada tahun 2023 (Rahmania Mustaqillah et al., 2023). Media sosial X memiliki keunggulan sebagai sarana komunikasi cepat dan interaktif, dengan fitur tweet, reply, repost, communities, spaces, hingga direct message. Fitur-fitur tersebut memungkinkan pengguna untuk menyampaikan opini, membangun diskusi, serta menyebarkan informasi secara masif dan instan. Menurut Fajrussalam et al., (2023), salah satu fenomena khas penggunaan X di Indonesia adalah keberadaan akun *menfess* atau *base* yang memungkinkan pengguna mengirim pesan secara anonim untuk kemudian dipublikasikan ulang. Akun-akun ini menjadi ruang curhat, diskusi, sekaligus sarana penyebaran informasi yang memengaruhi opini publik. Karakteristik X sebagai media *microblogging* menjadikannya arena penting dalam terbentuknya opini kolektif, termasuk praktik *cancel culture*.

Fenomena *cancel culture* sendiri dapat dipahami sebagai mekanisme sosial di mana publik memberikan sanksi terhadap individu atau kelompok yang dianggap melakukan pelanggaran norma. Menurut Khairunniza, 2024, praktik ini muncul dalam bentuk pengucilan, boikot, hingga penghentian dukungan terhadap figur publik yang melanggar nilai sosial. Altamira (2023), menambahkan bahwa *cancel culture* sering kali menghentikan karier seorang figur publik melalui gerakan penolakan masif di media sosial. Lebih jauh, Juniman (2023) menekankan bahwa *cancel culture* tidak hanya

muncul akibat kesalahan aktual, tetapi juga dapat dipicu oleh pengungkapan ulang kesalahan masa lalu, seperti perundungan, kekerasan, hingga skandal pribadi, yang kemudian meruntuhkan reputasi yang telah dibangun. Dengan demikian, *cancel culture* menjadi wujud nyata dari peran aktif masyarakat digital sebagai "hakim sosial" dalam ruang virtual.

Merujuk pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian ini memiliki keterkaitan dengan fenomena *cancel culture* yang berkembang di media sosial terutama media sosial X. Seperti pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Amalia witrie (2023), yang berjudul "Mengungkap *Cancel culture*: Studi Fenomenologis tentang Kebangkitan dan Dampaknya di Era Digital" Didalamnya membahas mengenai fenomena *cancel culture* yang muncul dan berdampak di era digital saat ini, dan dalam penelitiannya juga memberikan alasan mengapa fenomena *cancel culture* masif terjadi di media sosial serta faktor-faktor apa saja yang menyebabkan fenomena *cancel culture* itu bisa terjadi. Penelitian selanjutnya oleh Rayhan Muhammad Azmi dan Arie Prasetio (2023), dengan judul "Aksi *Cancel culture* Sebagai Respons Warganet Dalam Menyeimbangkan Tatanan Sosial (Analisis Wacana Kritis Norman Fairglouch Pada Kasus Gofar Hilman)", membahas mengenai praktik wacana dan praktik sosial budaya pada aksi *cancel culture* yang dialami oleh Gofar Hilman, yang dibahas dalam media sosial X.

Untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan fenomena tersebut, pada penelitian ini, akan dijelaskan dengan menggunakan teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Dalam esainya *Encoding and Decoding in the Television Discourse* (1973), Hall memperkenalkan konsep bahwa komunikasi bukanlah proses satu arah, melainkan negosiasi makna antara pembuat pesan (encoder) dan penerima pesan (decoder). Audiens tidak hanya menerima pesan media secara pasif, tetapi aktif menafsirkan sesuai latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pribadi mereka (Hall, 1980; Dewanti & Perdani SP, 2024). Hall mengklasifikasikan tiga posisi audiens yaitu *dominant hegemonic reading*, ketika audiens sepenuhnya menerima pesan

sesuai maksud pembuat. *Negotiated reading*, yaitu ketika audiens menerima sebagian dan menolak sebagian berdasarkan perspektif mereka, *Oppositional reading* yaitu ketika audiens sepenuhnya menolak pesan media (Pramudhita & Permata, 2025; Dwijayanti et al., 2022)

Analisis resepsi kemudian menjadi pendekatan penting untuk mengungkap bagaimana audiens memaknai pesan media. Delya et al., (2022), menegaskan bahwa analisis resepsi memfokuskan pada tanggapan audiens, baik berupa penilaian maupun interpretasi, yang dapat berbeda-beda dari satu individu ke individu lain. Pawaka & Choiriyati, (2020) menambahkan bahwa resepsi memungkinkan audiens untuk lebih kritis dalam merespons pesan media, yang dapat berujung pada lahirnya tindakan sosial kolektif, seperti kampanye digital atau seruan boikot. Dalam konteks penelitian ini, teori resepsi digunakan untuk memahami bagaimana netizen di media sosial X menafsirkan pernyataan aktor Abidzar, apakah mereka menerimanya, menegosiasinya, atau menolaknya secara total, yang pada akhirnya membentuk fenomena *cancel culture*.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan metode netnografi untuk memahami secara mendalam bagaimana netizen memaknai dan merespons pernyataan kontroversial aktor Abidzar Al-Ghifari di media sosial X. Netnografi adalah studi yang berfokus memahami ruang digital yang didalamnya terdapat orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri. Oleh karena itu, metode risetnya berbasis penelitian observasional dimana peneliti tidak sekedar bergabung pada suatu komunitas virtual namun turut aktif berpartisipasi juga (Muntu et al., 2021). Menurut Noviani (2022), netnografi merupakan suatu metode dalam melakukan penelitian melalui internet dengan menggunakan informasi yang tersedia secara publik dimana

semua orang bebas dalam membagikan informasi melalui media sosial.

Netnografi merupakan metode penelitian online yang berasal dari etnografi, yang berisi serangkaian tugas penelitian khusus yang berkaitan dengan pengumpulan data, analisis, etika penelitian, dan representasi yang memiliki hubungan kuat dengan kebutuhan partisipan untuk mengamati. Dalam netnografi, sejumlah besar data dimanifestasikan melalui jejak digital berupa percakapan publik yang terjadi secara alami di jaringan komunikasi online (Sulianta, 2021).

Beberapa hal yang menjadi bentuk alamiah dari netnografi adalah penelitian netnografi berfokus pada komunitas online (netizen atau warganet) dan data yang muncul pada komunitas online, komunikasi netnografi berfokus menggabungkan komunikasi online, yaitu komunikasi tekstual, atau beberapa komunikasi multimedia seperti video, audio, gambar, serta pengumpulan data yaitu secara digital yang berfokus pada saluran komunikasi digital dan jumlah audiensi netnografi memungkinkan peneliti untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian dalam jumlah besar dengan ruang lingkup yang luas meliputi wilayah digital apapun yang dapat dicakup oleh internet.

Objek penelitian ini adalah unggahan dan komentar netizen pada media sosial X yang membahas potongan pernyataan aktor Abidzar Al-Ghifari dalam kegiatan promosi film adaptasi *A Business Proposal*. Data dikumpulkan dari beberapa akun menfess populer dan forum komunitas daring yang memiliki tingkat interaksi tinggi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring dan dokumentasi berupa tangkapan layar unggahan, komentar, serta thread yang relevan dengan fokus penelitian, dan tanpa melibatkan wawancara langsung dengan audiens maupun pihak yang memberikan komentar, sehingga data diperoleh sepenuhnya dari jejak digital yang tersedia secara publik di media sosial X.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, kategorisasi, dan interpretasi makna. Komentar netizen yang relevan kemudian diklasifikasikan berdasarkan teori resepsi Stuart Hall ke dalam tiga posisi pembacaan, yaitu *dominant hegemonic reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan dan mengumpulkan data dari beberapa akun populer dan bentuk interaksi digital.

TEMUAN & PEMBAHASAN

Stuart Hall menyatakan bahwa audiens bukanlah penerima pasif, melainkan aktif menafsirkan pesan media berdasarkan referensi sosial dan pengalaman mereka. Dalam kasus pernyataan aktor Abidzar ini yang awalnya dikodekan sebagai opini pribadi oleh sang aktor, namun dikode secara berbeda oleh netizen di media sosial X dan memunculkan reaksi penolakan berupa *cancel culture*. Istilah *cancel culture* sendiri telah cukup lama dikenal dan telah diterapkan oleh negara lain sebagai respons terhadap suatu fenomena atau perilaku menyimpang yang melibatkan seseorang yang tersebar di media sosial mereka, sedangkan di Indonesia budaya ini masih belum dikenal secara luas oleh masyarakat Indonesia. Dalam permasalahan ini, kasus yang menimpa Abidzar Al-Ghifari merupakan salah satu contoh bagaimana praktik *cancel culture* mulai berkembang dan dimaknai oleh netizen Indonesia.

Penyebaran yang berawal dari cuplikan pernyataan kontroversial yang dilontarkan Abidzar dalam sesi wawancara promosi film adaptasi *A Business Proposal*, yang memberikan pernyataan bahwa ia hanya menonton 1 episode dari drama versi koreanya dan akan membuat karakternya sendiri. Meskipun pernyataan tersebut awalnya muncul di platform YouTube, respons dan diskursus yang berkembang secara luas justru terjadi di media sosial X, yang diposting melalui akun-akun menfess. Beberapa akun menfess dengan jangkauan luas mengunggah potongan pernyataan

tersebut dan dijadikan topik diskusi antar pengguna media sosial X. Dalam komentar-komentar postingan menfess tersebut banyak netizen yang mengekspresikan kekecewaan, kemarahan, hingga ajakan untuk tidak menonton film yang dibintangi oleh aktor Abidzar tersebut. Diskusi dan komentar yang muncul dalam postingan menfess memperlihatkan adanya kekecewaan kolektif terhadap pernyataan aktor yang dinilai tidak profesional dan tidak mencerminkan nilai sebagai *public figure*. Hal ini memperlihatkan gejala *cancel culture* yang tidak hanya bersifat individual tetapi juga berdampak pada film yang dibintanginya.

Fenomena ini menunjukkan bahwa *cancel culture* terbentuk tidak hanya karena satu pernyataan saja, tetapi karena bagaimana pernyataan tersebut ditafsirkan dan disebarkan dalam ruang digital, serta bagaimana netizen memaknai ulang posisi aktor sebagai representasi nilai sosial. Dalam hal ini, *cancel culture* juga menjadi bentuk kontrol sosial dari publik terhadap *public figure* yang dinilai tidak sesuai harapan dan ekspektasi publik. Hal ini juga dipengaruhi oleh sifat media sosial X sebagai media penyebaran pesan yang aktif. Media tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi satu arah, melainkan sebagai ruang pertarungan ideologis.

Dari empat postingan yang membahas mengenai kutipan pernyataan aktor Abidzar menunjukkan bahwa pesan yang tersebar di media sosial X telah mengalami proses framing, editing, ataupun pengemasan ulang sebelum diterima oleh netizen atau pengguna X yang lain. Dengan demikian menjadikan media sosial X bukan sekadar saluran komunikasi satu arah, melainkan menjadi ruang interaktif terhadap pesan yang telah dimodifikasi dan kemudian ditanggapi secara langsung oleh netizen, sehingga netizen dapat saling terkoneksi satu sama lain, menjadikan suatu aksi kecil yang dilakukan di media sosial akan secara masif diikuti oleh pergerakan lainnya yang lebih besar (Mourina, 2024). Melalui media sosial X penyebaran pesan menjadi cepat dan luas dan seringkali dipengaruhi oleh emosi, sehingga narasi postingan mengarah

kepada hal-hal yang emosional dan provokatif. Dalam penelitian ini, narasi caption menfess yang bersifat provokatif ikut dapat mempengaruhi dan membentuk cara netizen memahami isi pernyataan aktor tersebut, sehingga penyebaran pesan di media sosial X tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk opini awal yang memengaruhi proses decoding netizen. Dengan demikian, media sosial X berfungsi sebagai media penyebaran pesan aktif, yang mana netizen tidak hanya menerima pesan, tetapi juga berperan dalam memperluas, mengubah, dan menanggapi isi pesan secara kolektif. Proses ini menjadi bagian penting dalam terbentuknya resepsi publik yang beragam dan dinamis.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap komentar-komentar netizen di beberapa postingan populer media sosial X yaitu pada akun menfess @moviemnfs dan @tanyakanrl, menunjukkan ragam bentuk resepsi makna terhadap pernyataan aktor Abidzar dengan berdasarkan teori resepsi Stuart Hall, yang mengkategorikan ke dalam tiga posisi pembacaan audiens yaitu pembacaan dominan (*dominant hegemonic reading*) yakni audiens menerima sepenuhnya pesan yang ada di media, pembacaan negosiasi (*negotiated reading*) yakni audiens menerima ideologi dominan namun dalam level tertentu audiens juga menolak apa yang dikonstruksi media disesuaikan dengan aturan budaya yang berlaku, dan pembacaan oposisi (*oppositional reading*) yakni audiens menolak sepenuhnya terhadap pesan (Santoso, 2021).

Kategori pembacaan dominan (*dominant hegemonic reading*), terlihat pada komentar-komentar yang membela Abidzar ataupun yang merasa bahwa pernyataan aktor tersebut dianggap wajar dan terkesan biasa saja. Untuk kategori pembacaan negosiasi (*negotiated reading*), mewakili netizen yang memahami maksud dari pernyataan dan perkataan aktor Abidzar, namun tetap mengkritisi cara penyampaiannya dan mempertanyakan etika Abidzar sebagai *public figure*. Dan untuk

kategori pembacaan oposisi (*oppositional reading*) muncul pada komentar-komentar yang dengan tegas menolak isi pernyataan aktor tersebut dan menjadikannya alasan untuk melakukan boikot terhadap film yang dibintangi oleh Abidzar tersebut. Dengan demikian perbedaan resepsi ini memperlihatkan bahwa ruang digital terutama media sosial X menjadi arena yang kompleks dalam memaknai sebuah pesan. Respons netizen tidak tunggal dan justru mencerminkan dinamika sosial yang lebih luas, termasuk mengenai representasi, moral kolektif, dan relasi kuasa antara publik dan *public figure*, dengan demikian teori resepsi Stuart Hall mampu menjelaskan bagaimana makna atas sebuah pernyataan dibentuk, dinegosiasikan dan dipertentangkan oleh audiens dalam hal budaya digital.

Cancel culture yang terjadi juga tidak hanya didorong oleh penolakan mengenai isi perkataan dan pernyataan sang aktor, tetapi juga oleh framing dari unggahan postingan. Narasi/*caption* yang bersifat provokatif dan emosional mampu mempengaruhi pola *decoding* netizen dan memperkuat respons penolakan (oposisi). Sehingga dalam hal ini, media sosial X tidak hanya menjadi tempat penyebaran pesan, tetapi juga sebagai tempat atau arena produksi makna dan sanksi sosial digital yang berasal dari interaksi netizen. Dengan demikian, praktik *Cancel culture* ini menunjukkan bahwa resepsi publik bersifat aktif. Netizen tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga ikut berperan dalam menentukan citra *public figure* dan suatu karya yang berkaitan dengan *public figure* atau aktor tersebut. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa ruang digital memiliki cara kerja sosial sendiri, dan memunculkan sanksi secara simbolik, seperti ujaran kebencian, hinaan, dan cibiran di media sosial terhadap *public figure* dan karya yang berkaitan dengan *public figure* tersebut. Sehingga peran media sosial X sebagai tempat produksi makna dan pembentukan sanksi sosial digital yaitu *cancel culture*. Media sosial X memungkinkan netizen untuk melakukan decoding secara terbuka, saling memengaruhi dan membentuk pemahaman bersama. Ketika komentar oposisi terhadap pernyataan aktor menjadi lebih dominan dan viral, makna

yang terbentuk bukan lagi sekadar “pendapat pribadi aktor” lagi, melainkan menjadi “pernyataan yang tidak pantas” atau “sikap yang tidak pantas dilakukan sebagai aktor, dan tidak menghargai film karya aslinya”. Makna ini tidak bersifat tetap, tetapi dibentuk melalui interaksi antar pengguna media sosial X, framing, resepsi netizen di media sosial X. Dengan bentuk-bentuk respons komentar yang mengkritik, kasar dan terkesan mencibir, menghujat dan menghina terhadap aktor tersebut, sehingga muncul stigma negatif terhadap aktor tersebut, serta ajakan untuk memboikot hal-hal yang berkaitan dengan aktor tersebut dalam hal ini yaitu film adaptasi *A Business Proposal*, sebagai bentuk sanksi sosial digital (*cancel culture*). Dalam kasus ini, *cancel culture* dan stigma negatif dapat berkaitan antara satu sama lain. stigma negatif diberikan oleh sekelompok orang kepada individu atau kelompok tertentu untuk melakukan aksi *cancel culture* tersebut. Seseorang yang dijadikan korban aksi *cancel culture* akan mendapatkan sebuah stigma negatif yang akan melekat pada dirinya untuk waktu yang sangat lama (Azmi & Prasetio, 2023). Selain itu, dalam permasalahan ini juga muncul perbedaan pemahaman mengenai status film *A Business Proposal*/tersebut. Di satu sisi, pihak aktor dan tim produksi menyatakan bahwa film ini merupakan hasil adaptasi dari *webtoon* yang menjadi sumber cerita, sedangkan di sisi lain, banyak netizen yang menganggap film ini sebagai bentuk remake atau pengulangan dari drama yang telah ada yaitu versi asli drama Korea, karena adanya kesamaan alur dan karakter yang diperankan oleh para aktor tersebut. Dengan demikian, peran media sosial X sebagai pembentuk makna juga terlihat dalam bagaimana sanksi sosial digital (*cancel culture*) muncul sebagai konsekuensi dari interpretasi kolektif, sehingga netizen tidak hanya memaknai pesan, tetapi juga menetapkan nilai, dan sanksi sosial terhadap *public figure*.

PENUTUP

Terbentuknya *cancel culture* terhadap aktor Abidzar muncul sebagai respons netizen atas pernyataannya yang dianggap kontroversial saat promosi film *A Business*

Proposal. Netizen di media sosial X membangun narasi kolektif melalui komentar dan tidak hanya menyampaikan kritik, tetapi juga aktif menyerukan penghentian dukungan serta mengajak untuk memboikot aktor dan karya yang dibintangi aktor tersebut. Proses ini menunjukkan bahwa *cancel culture* di Indonesia dapat terbentuk melalui interaksi digital yang aktif, yang pada akhirnya memberi dampak nyata berupa sanksi sosial digital terhadap aktor maupun film yang dibintanginya. Terbentuknya *cancel culture* terhadap aktor Abidzar merupakan suatu pembuktian bahwa netizen memberikan pengaruh besar terhadap kesuksesan suatu karya, sekaligus sebagai penilaian terhadap aktor.

Netizen di media sosial X menunjukkan proses decoding yang beragam dan aktif, sehingga hasil analisis menunjukkan bahwa komentar netizen dapat dikategorikan dalam tiga jenis pembacaan sesuai teori resepsi Stuart Hall, yaitu pembacaan dominan (*dominant hegemonic reading*), pembacaan negosiasi (*negotiated reading*), dan pembacaan oposisi (*oppositional reading*). Pembacaan dominan (*dominant hegemonic reading*), mengarah pada penerimaan penuh terhadap isi pernyataan aktor dan berpendapat bahwa pernyataan yang menimbulkan perdebatan tersebut merupakan hal yang biasa, dan hanya sebagai bentuk ekspresi pribadi dari sang aktor. Untuk pembacaan negosiasi (*negotiated reading*), menunjukkan upaya netizen dalam memahami maksud pernyataan sang aktor, namun tetap menyampaikan kritik terhadap cara penyampaian yang disampaikan aktor tersebut. Sementara itu, untuk pembacaan oposisi (*oppositional reading*), menunjukkan penolakan terhadap seluruh isi dan nilai pesan, yang selanjutnya berkembang menjadi praktik *cancel culture* pada aktor Abidzar dan karya yang berkaitan dengan aktor Abidzar tersebut yaitu film adaptasi *A Business Proposal*. Fenomena ini membuktikan bahwa resepsi di ruang digital bersifat aktif, dan berdampak langsung terhadap citra diri aktor Abidzar Al-Ghifari sebagai *public figure* sekaligus terhadap karya yang dibintanginya yaitu film adaptasi *A Business Proposal*.

KETERBATASAN DAN PELUANG RISET

Selama melakukan proses penelitian ini, keterbatasan pada penelitian yang penulis alami pertama yaitu dalam mengakses sumber-sumber referensi ilmiah, seperti jurnal akademik dan penelitian terdahulu (skripsi), terutama yang membahas mengenai film adaptasi dan fenomena *cancel culture*. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan sumber referensi yang relevan dan terbaru, karena kasus permasalahan yang diteliti tergolong sangat baru dan belum banyak diteliti serta dikaji dalam kajian akademik.

Keterbatasan yang kedua yaitu dikarenakan media sosial bersifat dinamis, dan pada penelitian ini data diambil dari media sosial X, sehingga ada dua kemungkinan yang terjadi yaitu hilangnya komentar akibat dihapus oleh pengguna yang memposting komentar tersebut dan hilangnya postingan menfess terkait permasalahan pernyataan aktor tersebut, yang diakibatkan karena sifat menfess yang tidak permanen, sehingga bisa terjadi penghapusan atau penangguhan akun menfess sesuai kebijakan media sosial X tersebut.

Keterbatasan yang ketiga, yaitu dalam proses analisis data, yaitu dalam mencari komentar-komentar yang relevan dengan permasalahan yang diteliti, dalam hal ini mengenai potongan kutipan pernyataan aktor yang diposting dalam akun pribadi dan akun menfess, dalam pemilihan komentar tersebut diperlukan ketepatan dan ketelitian dalam memilih komentar yang tepat serta mengandung makna representatif terhadap posisi resepsi netizen.

Peluang riset diharapkan dapat mengembangkan pendekatan serupa dengan melibatkan partisipasi netizen secara langsung dengan menjadikannya sebagai informan penelitian, yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada para pengguna/netizen media sosial X, agar pembacaan resepsi publik lebih mendalam.

APRESIASI

Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu,

mendukung dan memotivasi penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini, terutama kepada keluarga terutama orang tua penulis, serta ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing yaitu Ibu Rizqi Fitrianti S.I.Kom., M.I.Kom dan Bapak Arfian Suryasuciramdhan S.I.Kom., M.I.Kom yang telah memberikan arahan serta membimbing penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Dan ucapan terima kasih kepada Ibu Eka Susilawati S.I.Kom., M.I.Kom dan Bapak April Laksana S.I.Kom., M.I.Kom yang senantiasa memberi dukungan semangat untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Altamira, melisa bunga. (2023). *Jurnal Vokasi Indonesia FENOMENA CANCEL CULTURE DI INDONESIA : SEBUAH. 10(1)*. <https://doi.org/10.7454/jvi.v10i1.1177> .
- Azmi, R. M., & Prasetio, A. (2023). Aksi Cancel Culture Sebagai Reaksi Warganet Dalam Menyeimbangkan Tatanan Sosial (Analisis Wacana Kritis Norman Fairglouch Pada Kasus Gofar Hilman). *EProceedings ...*, 10(6), 4133. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/21629>
- Delya, A. N., Sakuri, A. A., & Sugiharto, C. E. (2022). ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP MAKNA MUALLAF PADA IKLAN ONLINE BUKALAPAK "A Stranger – A Ramadan Story." *CommLine*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.36722/cl.v7i1.663>
- Dewanti, F., & Perdani SP, N. (2024). Studi resepsi pengikut autobase twitter @literarybase pada citra perpustakaan dalam novel "the midnight library: perpustakaan tengah malam." *Pustaka Karya : Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 12(2), 259–275. <https://doi.org/10.18592/pk.v12i2.12496>
- Dwijayanti, R. I., Olifia, S., & Wisahra, A. (2022). Resepsi Khalayak Terhadap Kampanye Diet Kantong Plastik Pada Instagram @IDDKP. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 311–320. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2624>
- Fajrussalam, H., Febriyano, A., Deviyanti, A., Nisa, F. F., & Nafiisah, R. (2023). Fenomena "Menfess Twitter" Adakah Motif Tertentu? (Kajian Analisis Perspektif Hukum Islam). *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(2), 1038–1050. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Hakim, L., & Dwi Magfiroh, E. P. (2024). Studi Mad'u dan Teori Resepsi Stuart Hall: Analisis Komentar Netizen pada Ceramah Virtual Buya Yahya. *Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1), 146–172. <https://doi.org/10.15642/jki.2024.14.1.146-172>
- Hall, S. (1980). *Encoding/decoding. Dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), Culture*.
- Hanum, R., & Kurniawan, F. (2023). Pemanfaatan *Webtoon* sebagai Media Adaptasi dari Komik Cetak. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 14(1), 25–36. <https://doi.org/10.35814/coverage.v14i1.5327>
- Irwanto, & Hariatiningsih, L. R. (2020). Meliterasi Warganet Dengan Algoritma Komunikasi Media Sosial Yang Sehat Irwanto , Laurensia Retno Hariatiningsih. *Journal Komunikasi*, 11(30), 23–30. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/245765/jurnal-meliterasi-netizen.pdf>

- Juniman, P. T. (2023). Analisis Kritis Fenomena Cancel Culture dan Ancaman terhadap Kebebasan Berekspresi. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 18(1), 1–14.
<https://doi.org/10.37680/adabiya.v18i1.2451>
- Khairunniza, L. dwi. (2024). *MENDEKONTRUKSI FENOMENA CANCEL CULTURE*.
- Latief, R. (2023). Fenomena Cancel Culture, Kecaman Komunikasi Verbal dan Kesehatan Mental Netizen di Instagram. *Al-Irsyad Al-Nafs, Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam, Volume 10(1)*, 72–86.
- Mourina, S. J. R. (2024). *CANCEL CULTURE SEBAGAI RESPONS MASYARAKAT TERHADAP PELAKU KASUS PERSELINGKUHAN: KAJIAN PADA AKUN INSTAGRAM @ARAWINDAK. Vol 12, No.*
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/45737>
- Muntu, S. A. J., Tangkudung, J. P. M., & Lotulung, L. J. H. (2021). Studi netnografi pada media sosial instagram. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(4), 1–8.
https://scholar.google.com/scholar?cluster=5133196897648303846&hl=en&as_sdt=2005&scioldt=2007
- Noviani, A. (2022). Instagram Sebagai Medium Pesan Komunitas Ibu Tunggal di Indonesia (Studi Netnografi di Akun Instagram @ singlemomsindonesia). *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 7(1).
- Pawaka, D., & Choiriyati, W. (2020). Analisis Resepsi Followers Milenial @indonesiafeminis dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 70–86.
<https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1048>
- Pramudhita, D., & Permata, S. (2025). Resepsi Followers Terhadap Pesan Persuasif Pada Konten Promosi Digital Produk Kuliner di Akun Tiktok Ci Mehong @ Pikbakinghouse. *IKRA-ITH Humaniora*, 9(2), 367–381.
- Rahmania Mustaqillillah, Okky Widyaningtyas, & Tri Wantoro. (2023). Efektivitas Penggunaan Twitter Sebagai Sarana Peningkatan Berpikir Kritis Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1346>
- Riyani, S., & Wasisto, J. (2021). Menggali Potensi Penayangan Film Adaptasi dari Buku sebagai Media Promosi di Perpustakaan Nasional Republik Indonesia (Perpusnas RI). *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 5(3), 365–376.
<https://doi.org/10.14710/anuva.5.3.365-376>
- Salsabila, C. (2024). *Analisis Resepsi terhadap Representasi Tokoh Disabilitas pada Film Agak Laen: Studi Resepsi Stuart Hall pada Penonton Film Agak Laen Reception of Disability in the Film Agak Laen: A Stuart Hall Analysis.* 532–542. <https://doi.org/10.30743/mkd.v8i2.9498>
- Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140–154.
<https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i2.13285>
- Sulianta, F. (2021). *Netnografi: Dasar dan Perkembangan Etnografi Digital. October*, 135.