

Media Sosial sebagai Arena Kontestasi Makna: Representasi, *Cancel Culture*, dan Citra Selebritas dalam Kasus #BoikotAbidzar

Dinka Handara Puspitasari¹

Shuri Mariasih Gietty Tambunan²

¹²Program Studi Ilmu Susastra, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia

¹dinkahandara@ui.ac.id

²shuri.mariasih@ui.ac.id

Abstrak

Dalam era digital, *cancel culture* telah menjadi fenomena sosial yang meluas secara global, termasuk di Indonesia. Fenomena ini muncul kuat di media sosial dan berpengaruh besar dalam menentukan bagaimana identitas selebritas dibentuk, diperdebatkan, bahkan dihancurkan. Penelitian ini membahas dinamika *cancel culture* melalui tagar #BoikotAbidzar, yang ramai diperbincangkan setelah Abidzar Al Ghifari diumumkan sebagai pemeran utama dalam film *remake A Business Proposal*. Masalah utama dalam penelitian ini adalah kesenjangan antara maksud personal Abidzar dan interpretasi publik yang memicu wacana negatif di media sosial hingga membentuk gerakan pemboikotan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana wacana tersebut terbentuk dan bagaimana publik menegosiasikan nilai-nilai sosial dalam menilai kelayakan selebritas. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis Fairclough (2013) terhadap komunikasi daring di platform X (Twitter) periode Januari–Maret 2025, serta kerangka representasi Stuart Hall (1980) untuk menelaah proses *encoding* dan *decoding* makna. Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama. Pertama, kontroversi terjadi karena apa yang dimaksud Abidzar berbeda dengan apa yang dipahami publik. Kedua, media sosial berperan sebagai ruang di mana makna diperebutkan dan citra selebritas dibentuk secara kolektif. Ketiga, kendali atas representasi selebritas tidak lagi sepenuhnya berada di tangan selebritas, melainkan telah beralih ke tangan publik digital. *Cancel culture* dalam konteks ini tidak hanya menjadi bentuk hukuman, tetapi juga membuka ruang diskusi tentang profesionalisme dan etika selebritas di industri hiburan Indonesia.

Kata Kunci: *cancel culture, media sosial, selebritas, representasi, industri hiburan Indonesia*

Pendahuluan

Di era media sosial, reputasi seorang figur publik dapat runtuh dalam hitungan jam. Satu kontroversi yang tersebar secara viral tidak hanya memicu perdebatan, tetapi juga dapat berujung pada seruan boikot dan penghentian kerja sama profesional. Fenomena ini menegaskan bahwa *cancel culture* telah menjadi mekanisme sosial yang berpengaruh dalam membentuk citra selebritas di ruang digital. Satu kesalahan yang terekam melalui unggahan, kutipan, atau potongan percakapan dapat memicu perubahan signifikan dalam kehidupan seseorang. Dampaknya tidak hanya bersifat profesional, tetapi juga menyentuh aspek psikologis individu yang bersangkutan. Hal ini menunjukkan bahwa *cancel culture* bukan sekadar praktik kritik, melainkan mekanisme kontrol sosial yang kompleks di era digital (Effendi & Febriana, 2023).

Praktik *cancel culture* terhadap figur publik bukan fenomena baru di Indonesia. Praktik ini berkembang sebagai pola sosial yang berulang dan semakin menguat sepanjang dua dekade terakhir. Salah satu contoh awal adalah boikot terhadap Mulan

Jameela pada awal 2000-an terkait dugaan keterlibatannya dalam keretakan rumah tangga Maia Estianty dan Ahmad Dhani. Kasus yang terjadi bahkan sebelum istilah *cancel culture* populer di media sosial Indonesia. Pola serupa berulang dalam berbagai kasus berikutnya: presenter Gofar Hilman kehilangan kerja sama dengan agensinya, setelah dugaan pelecehan seksual mencuat pada Juni 2021 (Liputan6.com, 2021); aktris Arawinda Kirana menjadi sasaran tuduhan “pelakor” dan boikot terhadap filmnya pada Juli 2022 (Popbela.com, 2022); musisi Virgoun menuai kecaman luas setelah istrinya mengungkapkan dugaan perselingkuhan pada April 2023 (Liputan6.com, 2023); selebgram Azizah Salsha menghadapi seruan boikot *brand* yang berulang sejak Oktober 2024 hingga akhir 2025 (JPNN.com, 2025); dan pada akhir 2025, *influencer* Julia Prastini atau akrab dipanggil Jule kehilangan sejumlah kontrak *brand* setelah dugaan perselingkuhan di media sosial (Parapuan.co, 2025). Rangkaian kasus tersebut memperlihatkan bahwa *cancel culture* di Indonesia merupakan pola sosial berulang dengan satu kesamaan, yakni pelanggaran norma personal atau moral yang kemudian diadili secara kolektif di ruang digital.

Penelitian ini berangkat dari satu kasus viral pada tahun 2025 yang merepresentasikan dinamika *cancel culture* di Indonesia: kontroversi yang menimpa Abidzar Al-Ghifari, pemeran utama dalam film adaptasi serial Korea Selatan berjudul *A Business Proposal* (2025). Objek penelitian secara spesifik difokuskan pada respons publik di media sosial terhadap pernyataan Abidzar dalam sebuah wawancara, yang kemudian ditafsirkan negatif oleh publik dan memunculkan tagar #BoikotAbidzar. Analisis dilakukan terhadap dinamika diskursif yang berkembang di platform X (sebelumnya Twitter) selama periode Januari hingga Maret 2025, periode ketika isu tersebut mencapai puncak viralitas. Data penelitian mencakup komentar warganet yang menggunakan tagar #BoikotAbidzar, unggahan visual yang memuat opini publik, serta pernyataan resmi dari Abidzar maupun pihak produksi yang merespons kontroversi tersebut. Seluruh data yang dianalisis bersifat publik dan berbahasa Indonesia.

Berbeda dari rangkaian kasus di atas, kontroversi yang menimpa Abidzar Al-Ghifari memperlihatkan pola yang menyimpang. Kontroversi bermula dari pernyataannya dalam sebuah wawancara yang ditafsirkan negatif oleh publik, memicu tagar #BoikotAbidzar yang menyebar luas dan berdampak pada citra film yang dibintanginya, bahkan sebelum penayangannya berlangsung penuh. Menariknya, karier Abidzar tidak mengalami disrupsi permanen. Ia tetap tampil percaya diri dalam acara *premiere* film tersebut, menyatakan siap menerima kritik sebagai bahan pembelajaran, dan keberlanjutan kariernya tampak pula dari aktivitas media sosialnya yang tetap tinggi. Dengan lebih dari 2,6 juta pengikut Instagram dengan rata-rata di atas 53.000 *likes* dan 900 komentar per unggahan (dokumentasi akun Instagram resmi Abidzar Al-Ghifari). Pada April 2025, ia bahkan mengambil langkah hukum dengan melayangkan somasi terhadap warganet yang menghina ibunya, Umi Pipik (Kompas.com, 2025). Pola ini memperlihatkan bahwa figur publik tidak selalu berada pada posisi pasif dalam menghadapi *cancel culture*, melainkan dapat menempuh strategi aktif untuk mempertahankan citra dan eksistensinya.

Secara konseptual, *cancel culture* bukan hanya fenomena sosial yang terjadi di media digital, tetapi juga mencerminkan konflik yang lebih dalam terkait kebebasan berekspresi, norma sosial, dan peran media sosial dalam membentuk opini publik. *Cancel culture* dapat dan telah dipahami dengan berbagai cara. Penelitian oleh Michell (2024) menegaskan bahwa *cancel culture* merupakan topik kontroversial dengan banyak emosi yang terlibat, di mana kritik terhadapnya kerap dilabeli sebagai sikap konservatif. Tidak hanya itu, Clark (2020) mengemukakan konsep serupa tentang bagaimana fenomena ini

berkembang menjadi istilah yang kontroversial dan sering diartikan secara negatif, digunakan untuk mengkritik upaya kolektif menghentikan perilaku atau pandangan yang dianggap merugikan atau tidak pantas.

Dalam konteks Indonesia, penelitian oleh Altamira & Movementi (2023) dan Effendi & Febriana (2023) mengungkapkan bahwa *cancel culture* memberikan dampak signifikan, terutama terhadap figur publik yang kerap menjadi sasaran utama. Mereka menyoroti bagaimana individu terkenal, baik di dunia hiburan, politik, maupun media sosial, kerap terjebak dalam kontroversi yang dipicu oleh pernyataan atau tindakan tertentu, yang kemudian memicu reaksi keras dari masyarakat. Sejalan dengan itu, Amalia et al. (2023) melalui pendekatan fenomenologis mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mendorong *cancel culture* di media sosial, yaitu keterhubungan antarpembuat konten, anonimitas pengguna, efek massa, konten kontroversial, dan kekuatan opini publik. Putri et al. (2024) dalam studi komparatif Indonesia dan luar negeri menemukan perbedaan signifikan. Di Indonesia, *cancel culture* kadang justru meningkatkan popularitas figur yang “dibatalkan”, berbeda dari konteks global yang lebih sering berujung pada kehancuran karier; sementara dampak psikologisnya, berupa tekanan mental, rasa malu, dan rendahnya harga diri, tetap hadir terlepas dari arah akhir karier figur tersebut.

Khusus mengenai kasus Abidzar Al-Ghifari dan film *A Business Proposal*, terdapat beberapa penelitian yang sudah dilakukan. Lavesia & Kurdaningsih (2025) menganalisis resepsi penonton terhadap pernyataan Abidzar menggunakan teori resepsi Stuart Hall dan menemukan bahwa pembacaan oposisional mendominasi respons publik: pernyataan Abidzar dipandang sebagai bentuk ketidakprofesionalan yang memperkuat penilaian negatif terhadap film secara keseluruhan. Yustina et al. (2025) lebih spesifik mengkaji narasi kebencian dalam hujatan netizen, dan menemukan bahwa sarkasme menjadi bentuk ujaran yang paling dominan, didorong oleh sensitivitas penggemar K-Drama terhadap karya asli, nilai budaya kolektif, dan anonimitas pengguna media sosial. Penelitian Maudunnajah et al. (2026) melalui pendekatan netnografi di platform X menemukan hal serupa: posisi oposisional paling dominan di antara komentar netizen, dan *cancel culture* berfungsi sebagai bentuk sanksi sosial digital yang mengorganisasi kritik kolektif.

Berlandaskan tinjauan pustaka di atas, tampak bahwa kajian mengenai *cancel culture* dalam kasus Abidzar Al-Ghifari telah ada namun masing-masing berfokus pada resepsi penonton, ujaran kebencian, atau pola komentar di satu platform (Lavesia & Kurdaningsih, 2025; Maudunnajah et al., 2026; Yustina et al., 2025). Belum ada kajian yang secara komprehensif menelusuri bagaimana proses kontestasi makna itu dikonstruksi dan dinegosiasikan pada level teks dan wacana, serta bagaimana tiga pernyataan yang berbeda konteks dan nadanya menghasilkan pola pembacaan yang berbeda pula dari publik. Selain itu, kajian terdahulu umumnya berfokus pada kasus-kasus yang berakhir dengan disrupsi karier permanen, sehingga belum banyak menelaah kasus yang menyimpang dari pola tersebut. Penelitian ini hadir untuk mengisi rumpang tersebut dengan menjadikan studi kasus #BoikotAbidzar sebagai objek kajian utama.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana *cancel culture* di Indonesia berlangsung dan berdampak melalui media sosial, dengan studi kasus Abidzar Al-Ghifari sebagai titik masuk untuk memahami karakteristik *cancel culture* di Indonesia. Dalam konteks budaya yang berbeda, *cancel culture* tidak selalu menghasilkan dampak yang seragam: pada beberapa kasus, praktik ini dapat menimbulkan efek jera dan mendorong rasa tanggung jawab publik; namun pada kasus lain, ia juga berpotensi menimbulkan kontroversi, menciptakan standar ganda, atau bahkan gagal mencapai keadilan sosial yang

diharapkan. Penelitian ini menjadi penting untuk melengkapi kajian *cancel culture* di Indonesia yang masih jarang menyoroti bagaimana budaya digital dan dinamika masyarakat turut memengaruhi pola dan respons terhadap fenomena *cancel culture* ini.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini akan berusaha menguraikan: (1) Bagaimana wacana negatif dan positif terhadap Abidzar Al-Ghifari terbentuk di media sosial melalui tagar #BoikotAbidzar? (2) Bagaimana masyarakat menegosiasikan nilai-nilai sosial saat menilai kelayakan seorang selebritas dalam kasus tersebut? (3) Bagaimana proses kontestasi makna ini berdampak terhadap pembentukan citra selebritas dan praktik di industri film Indonesia?

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana *cancel culture* bekerja di Indonesia, khususnya dalam konteks industri kreatif dan ruang digital, melalui analisis wacana kritis terhadap kasus #BoikotAbidzar. Lebih jauh, penelitian ini bertujuan memperlihatkan bahwa otoritas representasi citra selebritas di Indonesia telah bergeser dari media dan selebritas itu sendiri menuju publik digital yang aktif memproduksi makna. Sebuah pergeseran yang menjadikan kajian atas kasus *cancel culture* seperti ini relevan untuk memahami dinamika industri kreatif, khususnya industri film Indonesia saat ini.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis Fairclough (2013) untuk memahami secara mendalam fenomena *cancel culture* dalam studi kasus kontroversi #BoikotAbidzar yang merebak di media sosial. Fokus utama dari penelitian ini adalah mengkaji bagaimana makna sosial dikonstruksi, bagaimana identitas figur publik dibentuk dan dinegosiasikan, serta bagaimana norma budaya dan ideologi diproduksi dan dikonsumsi dalam ruang digital. Untuk mendukung analisis tersebut, penelitian ini menggunakan kerangka teori representasi dari Stuart Hall (1980) yang digunakan sebagai kerangka teoretis, khususnya konsep *encoding* dan *decoding*. Teori ini menelaah bagaimana pesan dikodekan oleh pembuat media (misalnya rumah produksi atau aktor) dan kemudian diinterpretasikan secara beragam oleh audiens di media sosial. Dalam konteks ini, representasi tokoh Abidzar dan film *remake A Business Proposal* dianalisis sebagai produk kultural yang memuat nilai-nilai sosial, moral, dan ideologis tertentu, yang kemudian memunculkan respons kritis dari komunitas daring.

Studi kasus kontroversi #BoikotAbidzar dianalisis untuk menyelami fenomena yang merepresentasikan pergeseran budaya fandom menjadi budaya kritik dalam masyarakat digital di Indonesia. Analisis difokuskan pada bagaimana isu tersebut berkembang, menyebar, dan diperdebatkan di platform X (sebelumnya Twitter), termasuk respons dari warganet, media, dan pihak terkait. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi terhadap perubahan pola relasi antara fandom dan publik, dari yang sebelumnya bersifat suportif menjadi kritis dan evaluatif. Selain itu, penelitian ini juga menelaah strategi diskursif yang digunakan dalam membangun argumen, menyampaikan kritik, serta membentuk opini kolektif. Dengan demikian, studi ini tidak hanya melihat peristiwa sebagai fenomena viral, tetapi juga sebagai proses produksi makna dalam ruang digital.

Berbeda dengan pendekatan etnografi digital, penelitian ini menerapkan kajian tekstual dan analisis konten terhadap komunikasi daring. Analisis dilakukan terhadap interaksi yang terekam secara publik, seperti komentar, unggahan, serta penggunaan tagar #BoikotAbidzar di platform X (sebelumnya Twitter). Fokus kajian diarahkan pada bagaimana warganet membangun narasi, menggunakan bahasa, humor, maupun simbol

visual (seperti meme) dalam mengekspresikan kritik atau dukungan. Praktik *call-out* dan *call-in* juga dianalisis sebagai bentuk mekanisme sanksi sosial informal di ruang digital. Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya memahami bagaimana opini publik terbentuk secara kolektif tanpa melibatkan observasi partisipatif atau wawancara langsung.

Korpus data dalam penelitian ini meliputi berbagai bentuk materi digital, seperti unggahan media sosial yang berkaitan dengan tagar #BoikotAbidzar, komentar dan balasan warganet di platform X, artikel berita daring, siaran pers resmi, serta unggahan kontroversial terkait promosi film *remake A Business Proposal*. Data dikumpulkan menggunakan teknik dokumentasi digital dan *screen capturing* selama periode Januari hingga Maret 2025, yaitu saat isu mencapai puncak viralitas. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik koding tematik untuk mengidentifikasi pola narasi, tema dominan, serta relasi kuasa yang terlibat dalam proses pembentukan opini publik di media sosial. Analisis ini memungkinkan untuk memetakan bagaimana makna diproduksi dan dinegosiasikan dalam konteks *cancel culture* kasus #BoikotAbidzar.

Dalam konteks Indonesia, kajian mengenai *cancel culture* masih relatif terbatas dan cenderung berfokus pada dampaknya terhadap figur publik atau isu kebebasan berekspresi. Sebagian besar penelitian belum secara mendalam menelaah media sosial sebagai ruang produksi dan pertarungan makna yang melibatkan berbagai aktor dan kepentingan. Dengan demikian, terdapat celah penelitian dalam memahami bagaimana representasi, interpretasi publik, dan dinamika diskursif saling berkelindan dalam membentuk citra selebritas di era digital. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini memosisikan media sosial bukan sekadar sebagai media komunikasi, melainkan sebagai arena kontestasi makna tempat berbagai wacana diproduksi, dipertentangkan, dan dinegosiasikan. Melalui studi kasus Abidzar Al-Ghifari dengan #BoikotAbidzar, penelitian ini menganalisis bagaimana representasi dibentuk, bagaimana *cancel culture* bekerja sebagai mekanisme sosial, serta bagaimana citra selebritas mengalami transformasi dalam proses tersebut. Dengan demikian, penelitian ini secara langsung berkontribusi pada pemahaman mengenai media sosial sebagai arena kontestasi makna: representasi, *cancel culture*, dan citra selebritas dalam konteks industri kreatif Indonesia.

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika *cancel culture* melalui tagar #BoikotAbidzar di platform X tidak hanya dipicu oleh pernyataan tunggal, melainkan merupakan akumulasi dari tiga pernyataan publik Abidzar Al-Ghifari yang diproduksi ulang dan direspons secara berantai oleh warganet. Berdasarkan analisis wacana kritis (Fairclough, 2013) pada level teks dan praktik diskursif, temuan penelitian diklasifikasikan ke dalam pola hubungan konseptual yang menghubungkan proses *encoding* pesan selebritas dengan proses *decoding* oleh publik digital.

Tabel 1. Klasifikasi Teks Pernyataan dan Praktik Diskursif #BoikotAbidzar

No.	Kategori Pola Temuan	Indikator Tekstual	Indikator Publik Diskursif	Konteks Data Peristiwa
1	Profesionalisme Kreatif vs Resistensi Fandom	"...karakter yang akan gue buat sendiri bersama sutradara"	Pembacaan oposisional; dianggap tidak menghormati karya asli K-Drama <i>A Business Proposal</i> .	Konferensi Pers (13 Januari 2025)
2	Beban Emosional vs Narasi Keluhan Selebritas	"Cukup beban menurut gua, ditambah juga tau lah ya fans fanatiknya seperti apa"	Pembacaan negosiasi; warganet berempati pada beban psikologis namun mengkritik diksi "fanatik".	Podcast Pabrik Jaya Media (22 Januari 2025).
3	Sikap Defensif Kontra-Kritik vs <i>Cancel Culture</i>	"Gak usah nonton. Masih banyak orang lain selain kamu yang mau nonton".	Pembacaan oposisional penuh; memicu viralnya tagar #BoikotAbidzar dan ajakan boikot massal.	Podcast FOLKATIVE (29 Januari 2025).
4	Strategi <i>Apologia</i> vs Skeptisisme Digital	Surat terbuka klarifikasi/permintaan maaf, menyinggung nasib 100 orang kru film.	Respon negatif gelombang kedua; dituduh melakukan <i>guilt tripping</i> dan penyelamatan motif ekonomi.	Unggahan Surat Terbuka di Media Sosial (Januari 2025).

Temuan di atas menunjukkan bahwa konstruksi wacana *cancel culture* dan kontestasi makna dalam kasus #BoikotAbidzar bekerja melalui tiga pola utama hubungan antar-temuan, yaitu: (1) Pergeseran posisi pembacaan (*decoding*) dari negosiasi menuju oposisional penuh; (2) Mekanisme intertekstual digital sebagai penguat sanksi sosial; dan (3) Resistensi kolektif terhadap strategi pemulihan citra (*re-encoding*).

Pergeseran Posisi Pembacaan: Dari Negosiasi Menuju Oposisional Penuh

Data penelitian menunjukkan adanya dinamika perubahan cara publik merespons pernyataan Abidzar dari waktu ke waktu. Pada Data 1 (Konferensi Pers), pilihan kata "buat karakter sendiri" awalnya dimaksudkan untuk menunjukkan profesionalitas kreatif (*dominant encoding*). Namun, budaya fandom K-Drama di platform X cenderung men-decode teks tersebut secara oposisional sebagai bentuk arogansi aktor terhadap struktur cerita asli. Eskalasi interpretasi meningkat pada Data 2 (Podcast Pabrik Jaya Media), di mana ungkapan "beban" menghadapi "fans fanatik" memicu pembacaan negosiasi (*negotiated reading*). Sebagian warganet menerima aspek manusiawi dari tekanan mental yang dihadapi selebritas, tetapi menolak penggunaan label "fanatik" yang dianggap menyudutkan konsumen. Puncaknya terjadi pada Data 3 (Podcast FOLKATIVE), di mana

kalimat imperatif “Gak usah nonton” di-decode secara oposisional penuh oleh publik digital. Struktur kalimat yang defensif ini memicu runtuhnya modal sosial Abidzar, mengubah kritik performa akting menjadi gerakan boikot moral kolektif melalui tagar #BoikotAbidzar.

Mekanisme Intertekstual Digital sebagai Penguat Sanksi Sosial

Pembentukan wacana #BoikotAbidzar tidak berjalan linear, melainkan memanfaatkan infrastruktur digital platform X untuk menggandakan efek sanksi sosial. Berdasarkan data makro diskursif, cuitan bernada kritis seperti dari akun @txttdribkak (“*congrats abidzar jadi artis pertama yg kena culture cancel di Indonesia*”) yang diamplifikasi oleh akun pengulas film @WatchmenID terbukti mengonsolidasi sikap kolektif warganet. Volume respons kuantitatif yang tinggi (mencapai 62 ribu *likes* dan 6 ribu *retweet*) pada unggahan tersebut menjadi indikator empiris bahwa *cancel culture* telah beralih dari sekadar ekspresi kejengkelan individu menjadi gerakan disiplin digital yang terorganisasi. Melalui fitur media sosial, potongan-potongan video wawancara dirangkai secara intertekstual untuk menyusun kronologi “blunder diskursif” Abidzar, sehingga menutup peluang publik untuk melakukan pembacaan alternatif yang positif.

Resistensi Kolektif terhadap Strategi Pemulihan Citra (*Re-encoding*)

Dinamika hasil penelitian juga menemukan adanya resistensi atau penolakan gelombang kedua dari publik digital ketika pihak selebritas dan rumah produksi mencoba melakukan manajemen kerusakan (*damage control*). Upaya *re-encoding* yang dilakukan Abidzar melalui penyebaran surat terbuka klarifikasi di media sosial justru menuai dekodasi oposisional baru. Pernyataan maaf yang membawa narasi nasib “100 kru film” tidak dibaca sebagai bentuk pertanggungjawaban moral yang tulus, melainkan ditafsirkan negatif oleh warganet (seperti respons akun @neng_Nope dan @ustadyixing) sebagai strategi *guilt tripping* atau manipulasi rasa bersalah penonton demi menyelamatkan investasi ekonomi film. Konsistensi sentimen negatif ini membuktikan bahwa otoritas pembentukan makna citra selebritas di era digital telah bergeser sepenuhnya dari tangan industri hiburan ke tangan publik digital yang aktif dan skeptis.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini membuktikan bahwa *cancel culture* dalam kasus #BoikotAbidzar membentuk sebuah pola diskursif digital: (1) Teksual (pilihan kata imperatif dan defensif selebritas); (2) Praktik Diskursif (mekanisme rantai amplifikasi digital lewat *retweet* dan tagar); dan (3) Praktik Sosial (intervensi kekuasaan publik digital yang memengaruhi performa komersial industri film). Temuan-temuan ini menjadi dasar untuk melakukan pembahasan lebih mendalam mengenai bagaimana analisis wacana kritis Fairclough berinteraksi dengan kerangka *encoding-decoding* Stuart Hall dalam membangun makna wacana #BoikotAbidzar.

Pembahasan

Konstruksi Wacana #BoikotAbidzar di Media Sosial

Penelitian ini menghasilkan tiga temuan utama. Pertama, kontroversi yang melibatkan Abidzar Al-Ghifari menunjukkan bahwa *cancel culture* di media sosial tidak hanya dipicu oleh isi pernyataan, tetapi juga oleh perbedaan antara maksud yang ingin disampaikan dan cara publik memahaminya. Kedua, media sosial dapat dipahami sebagai ruang tempat makna dibentuk dan diperdebatkan bersama, di mana citra diri selebritas tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh dirinya sendiri, melainkan juga oleh respons warganet. Ketiga, praktik *cancel culture* menunjukkan adanya pergeseran peran, dari yang sebelumnya didominasi oleh selebritas dan media, menjadi lebih banyak ditentukan

oleh publik digital yang aktif berpartisipasi dalam membentuk dan menyebarkan makna. Temuan ini diperoleh melalui analisis wacana kritis terhadap tiga pernyataan publik Abidzar Al-Ghifari beserta respons warganet yang menyertainya di platform X, dengan membaca relasi antara proses *encoding* pesan oleh Abidzar dan proses *decoding* yang dilakukan publik.

Fenomena *cancel culture* terhadap Abidzar bermula dari tiga pernyataan publik yang ia sampaikan melalui konferensi pers dan dalam dua podcast berbeda. Dalam konferensi pers pada 13 Januari 2025, ia menyatakan tidak melanjutkan menonton versi asli film *A Business Proposal* karena ingin membangun karakter versinya sendiri. Dalam podcast Pabrik Jaya Media pada 22 Januari 2025, ia mengungkapkan tekanan dari ekspektasi fanatik penggemar. Sementara dalam podcast FOLKATIVE pada 29 Januari 2025, ia menyatakan bahwa penonton yang tidak menyukai film tersebut tidak perlu menonton. Ketiga pernyataan ini kemudian tersebar luas di media sosial dan menjadi pemicu terbentuknya wacana *cancel culture* melalui tagar #BoikotAbidzar. Berikut tiga pernyataan Abidzar Al-Ghifari yang dikutip dari konferensi pers dan dua podcast.

Data 1

"Gue sempet nonton di episode satu. Cuma memutuskan untuk berhenti karena pada akhirnya ini adalah karakter yang akan gue buat sendiri bersama sutradara" ungkap Abidzar Al-Ghifari dalam konferensi pers pada 13 Januari 2025.

Film *A Business Proposal* versi Indonesia merupakan adaptasi dari serial drama Korea Selatan berjudul sama yang tayang pada 2022 dan memiliki penggemar besar di Indonesia. Dalam konferensi pers peluncuran film pada 13 Januari 2025, Abidzar Al-Ghifari selaku pemeran utama ditanya mengenai persiapannya dalam membawakan karakter yang telah akrab di benak penggemar K-Drama. Ia merespons pertanyaan tersebut dengan menyatakan seperti kutipan di atas. Secara tekstual, Data 1 di atas menempatkan Abidzar sebagai subjek yang aktif dan kreatif melalui pilihan kata "karakter yang akan gue buat sendiri", yang pada level teks (Fairclough, 2013) berfungsi mengonstruksi citra profesionalitas. Pembacaan penuh atas data ini, termasuk bagaimana publik men-*decode* pesan ini secara oposisional, diuraikan lebih lanjut pada subbab Negosiasi Nilai Sosial.

Data 2



Gambar 1. Pernyataan Abidzar dalam Podcast Pabrik Jaya Media

(Sumber: Pabrik Jaya Media, Januari 2025)

"Cukup beban menurut gua, ditambah juga tau lah ya fans fanatiknya seperti apa" ungkap Abidzar dalam podcast Pabrik Jaya Media yang diunggah pada 22 Januari 2025.

Setelah konferensi pers, Abidzar hadir dalam podcast Pabrik Jaya Media yang diunggah pada 22 Januari 2025. Dalam obrolan yang lebih santai, ia membahas tekanan yang ia rasakan sebagai pemeran utama dalam film adaptasi dengan ekspektasi penggemar yang tinggi. Pilihan kata "beban" dan "fans fanatiknya" pada Data 2 memuat

nada emosional yang berpotensi dibaca sebagai keluhan, berbeda dari nada profesional pada Data 1. Sebagaimana diuraikan lebih lanjut pada subbab Negosiasi Nilai Sosial, pola pembacaan publik atas data ini cenderung berada pada posisi *negotiated reading* (Hall, 1980).

Data 3



Gambar 2. Pernyataan Abidzar dalam Podcast FOLKATIVE

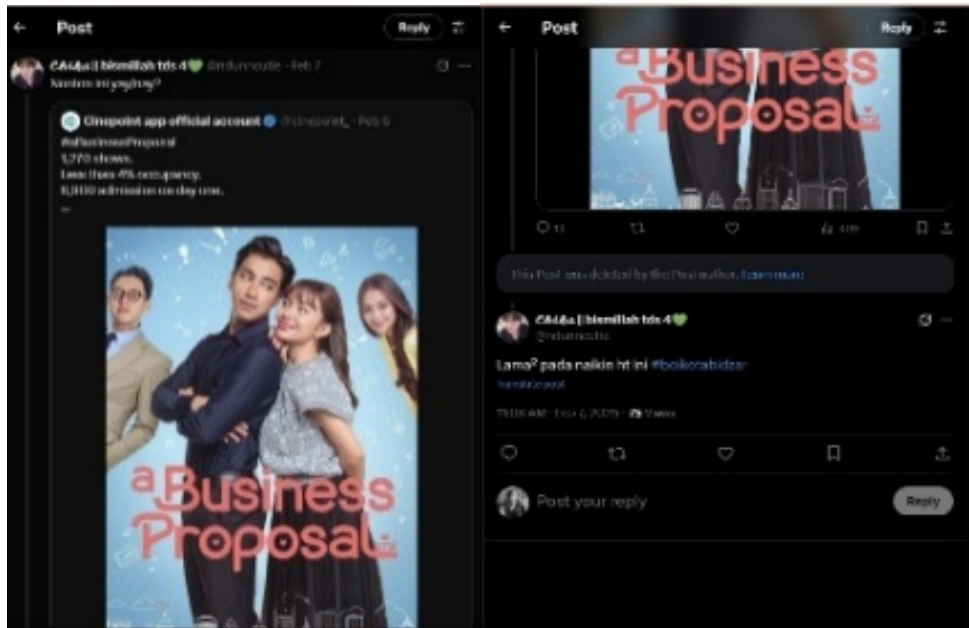
(Sumber: FOLKATIVE, Januari 2025)

“Gak usah nonton. Masih banyak orang lain selain kamu yang mau nonton” ungkap Abidzar dalam podcast FOLKATIVE yang diunggah pada 29 Januari 2025.

Memasuki akhir Januari 2025, sentimen negatif dari publik mulai menguat di media sosial, menyusul peredaran kutipan dari dua pernyataan sebelumnya. Dalam podcast FOLKATIVE yang diunggah pada 29 Januari 2025, Abidzar kembali ditanya mengenai respons publik yang berkembang terhadap film dan sikapnya. Ia merespons dengan pernyataan yang kemudian menjadi pemicu utama gelombang *cancel culture*.

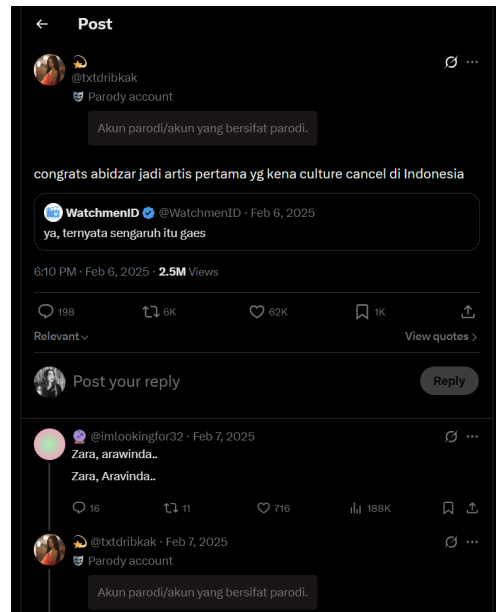
Ketiga data di atas perlu dibaca terlebih dahulu sebagai unit tekstual yang masing-masing memiliki pilihan kata dan nada tertentu, sebagaimana dirumuskan dalam analisis wacana kritis Fairclough (2013) pada level teks. Pada Data 1, pilihan kata “karakter yang akan gue buat sendiri” menempatkan Abidzar sebagai subjek aktif dan kreatif. Pada Data 2, kata “beban” dan “fans fanatiknya” mengandung muatan emosional yang berpotensi dibaca sebagai keluhan. Pada Data 3, struktur kalimat imperatif “Gak usah nonton” bernada langsung dan defensif. Ketiga pilihan tekstual ini menjadi titik tolak bagi pembentukan wacana yang berbeda-beda di ruang publik digital.

Ketiga pernyataan tersebut tidak berdiri sendiri sebagai teks, melainkan bergerak ke media sosial dan diproduksi ulang, disebar, serta dikomentari secara berantai. Sebuah proses yang dalam kerangka Fairclough (2013) berlangsung pada level praktik diskursif. Reaksi publik terhadap pernyataan-pernyataan Abidzar Al-Ghifari di atas terlihat dari munculnya tagar #BoikotAbidzar yang viral di platform X pada Januari hingga Maret 2025 saat promosi film *A Business Proposal* berlangsung. Salah satu unggahan dari akun @ndunncutie yang berbunyi “Lama-lama pada naikin ht ini #BoikotAbidzar” memperlihatkan bahwa warganet secara aktif mendorong penggunaan tagar sebagai alat kolektif untuk menyebarkan kritik. Unggahan ini juga dipicu oleh data performa awal film yang rendah, sehingga memperkuat sentimen negatif. Interaksi seperti *retweet* dan komentar lanjutan, seperti “Nonton ini yay/nay?”, menunjukkan bahwa diskusi berkembang menjadi percakapan bersama, bukan lagi sekadar opini individu. Dalam konteks ini, tagar tidak hanya berfungsi sebagai penanda isu, tetapi juga sebagai sarana untuk mengumpulkan dan memperkuat suara publik. Berikut tangkapan layar reaksi publik di platform X.

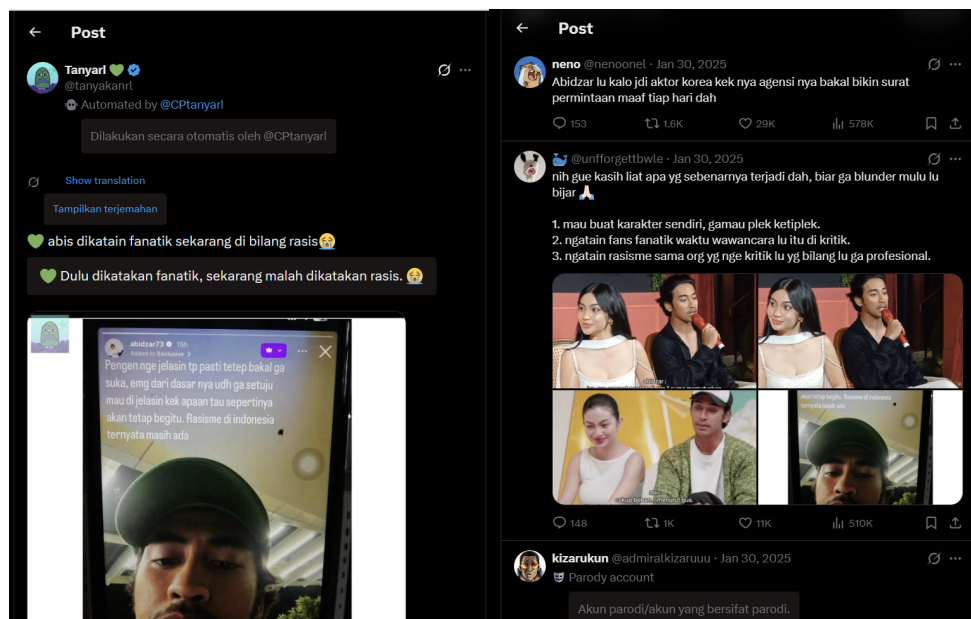


Gambar 3. Reaksi publik di platform X
(Sumber: tangkapan layar unggahan X, Januari 2025)

Gambar 3 di atas menampilkan unggahan dari akun @ndunncutie yang memuat dua cuitan: “Nonton ini yay/nay?” dan “Lama-lama pada naikin ht ini #BoikotAbidzar”. Kedua cuitan ini memperlihatkan dua fungsi tagar yang berjalan bersamaan: sebagai ajakan berdiskusi sekaligus sebagai seruan penolakan kolektif. Dinamika ini diperkuat lebih lanjut oleh cuitan akun @txtdribkak yang menyatakan “congrats abidzar jadi artis pertama yg kena culture cancel di Indonesia”, disambut balasan @WatchmenID pada 6 Februari 2025, “ya, ternyata sengaruh itu gaes”. Cuitan tersebut mendapat respons masif, dengan 198 komentar, 6 ribu *retweet*, 62 ribu *likes*, dan disimpan oleh seribu pengguna. Sebuah indikator kuantitatif yang memperkuat *dominasi oppositional reading* dalam ruang diskursif platform X. Respons serupa tampak pada cuitan @tanyakanrl yang berbunyi “abis dikatakan fanatik sekarang di bilang rasis”, di mana balasan @unfforgettbwle merangkum kronologi blunder Abidzar secara terstruktur dalam tiga poin: pernyataan soal karakter, pernyataan soal penggemar fanatik, dan tuduhan rasis terhadap pihak yang mengkritiknya. Rangkaian *retweet* dan balasan berantai ini, dalam kerangka Fairclough (2013), beroperasi pada level praktik diskursif: teks individual saling terhubung dan memperkuat satu sama lain hingga membentuk narasi kolektif. Konsistensi nada kritis di seluruh rantai balasan tersebut juga menegaskan dominasi *oppositional reading* (Hall, 1980) dalam pembacaan publik atas pernyataan Abidzar. Berikut tangkapan layar dari reaksi publik di platform X tersebut.



Gambar 4. Reaksi publik di platform X
(Sumber: tangkapan layar unggahan X, Januari 2025)



Gambar 5. Reaksi publik di platform X
(Sumber: tangkapan layar unggahan X, Januari 2025)

Gambar 4 dan 5 di atas memperlihatkan volume respons kuantitatif yang tinggi (komentar, *retweet*, *likes*, dan penyimpanan) terhadap satu unggahan kritis, yang menjadi indikator empiris bahwa pembaca oposisional bukan sekadar sikap individual, melainkan telah terkonsolidasi menjadi sikap kolektif warganet. Analisis terhadap interaksi di platform X menunjukkan bahwa percakapan tidak berlangsung secara linear, melainkan berkembang melalui rantai respons yang saling terhubung. *Retweet*, komentar, dan kutipan menciptakan lapisan-lapisan diskursus yang memperluas jangkauan isu. Pengguna tidak hanya merespons pernyataan Abidzar secara langsung, tetapi juga merespons interpretasi pengguna lain. Hal ini menunjukkan bahwa makna dibentuk melalui proses intertekstual yang kompleks, sebuah ciri khas praktik diskursif digital

yang membedakannya dari komunikasi searah media tradisional. Diskursus menjadi ruang di mana berbagai suara bertemu, bertentangan, dan saling memengaruhi.

Dari sinilah terlihat bahwa reaksi publik yang memunculkan tagar #BoikotAbidzar merupakan bentuk respons negatif publik terhadap citra yang ingin dibangun Abidzar dalam film tersebut. Tagar ini tidak hanya berfungsi sebagai infrastruktur pengarsipan wacana yang mengelompokkan “dosa-dosa diskursif” Abidzar, tetapi juga sebagai penanda identitas kelompok yang menyatukan suara warganet yang heterogen ke dalam satu solidaritas digital. Sebuah wacana yang terbentuk bukan dari satu pernyataan tunggal, melainkan dari akumulasi tiga pernyataan yang saling memperkuat dalam rantai praktik diskursif.

Wacana #BoikotAbidzar dengan demikian terbentuk melalui dua lapis proses: pada level teks, melalui pilihan kata dan nada dalam tiga pernyataan Abidzar; dan pada level praktik diskursif, melalui mekanisme penyebaran, *retweet*, dan komentar berantai yang mengubah respons individual menjadi satu narasi kolektif bertagar. Kedua lapis ini saling memperkuat, sehingga wacana yang terbentuk bukan sekadar reaksi spontan, melainkan hasil konstruksi sosial yang berproses melalui rantai praktik digital tertentu yang pada akhirnya meruntuhkan upaya pembentukan citra yang coba dibangun sebelumnya.

Negosiasi Nilai Sosial dalam Penilaian Kelayakan Selebritas

Pertanyaan penelitian kedua menyoroti bagaimana masyarakat menegosiasikan nilai-nilai sosial saat menilai kelayakan seorang selebritas dalam kasus ini. Untuk menjawabnya, penelitian ini menggunakan kerangka *encoding-decoding* Stuart Hall, yang membaca relasi antara pesan yang dikodekan pembicara dan cara publik mendekodekannya bukan sebagai proses satu arah, melainkan sebagai negosiasi yang dapat menghasilkan tiga posisi pembacaan: *dominant reading* (penerimaan penuh atas kode dominan), *negotiated reading* (penerimaan sebagian disertai modifikasi atau kritik), dan *oppositional reading* (penolakan penuh terhadap kode yang ditawarkan).

Secara diskursif, Data 1 dapat dibaca sebagai upaya Abidzar Al-Ghifari untuk menunjukkan profesionalitas dan keinginannya membangun karakter secara orisinal. Dalam konteks industri film, pernyataan ini mencerminkan praktik kreatif yang sah, di mana seorang aktor berusaha menghadirkan interpretasi baru terhadap karakter yang dimainkan. Namun, ketika pernyataan ini memasuki ruang publik digital, maknanya mengalami pergeseran. Dalam budaya fandom, terutama yang memiliki keterikatan emosional terhadap karya asli, tindakan tersebut ditafsirkan sebagai bentuk ketidakhormatan. Perbedaan tafsir ini menunjukkan bahwa makna tidak hanya ditentukan oleh konteks produksi, tetapi juga oleh konteks konsumsi. Dalam istilah Stuart Hall, pesan yang di-*encode* Abidzar sebagai pernyataan profesional justru di-*decode* publik secara oposisional, sebagai penolakan terhadap karya asli yang mereka hormati.

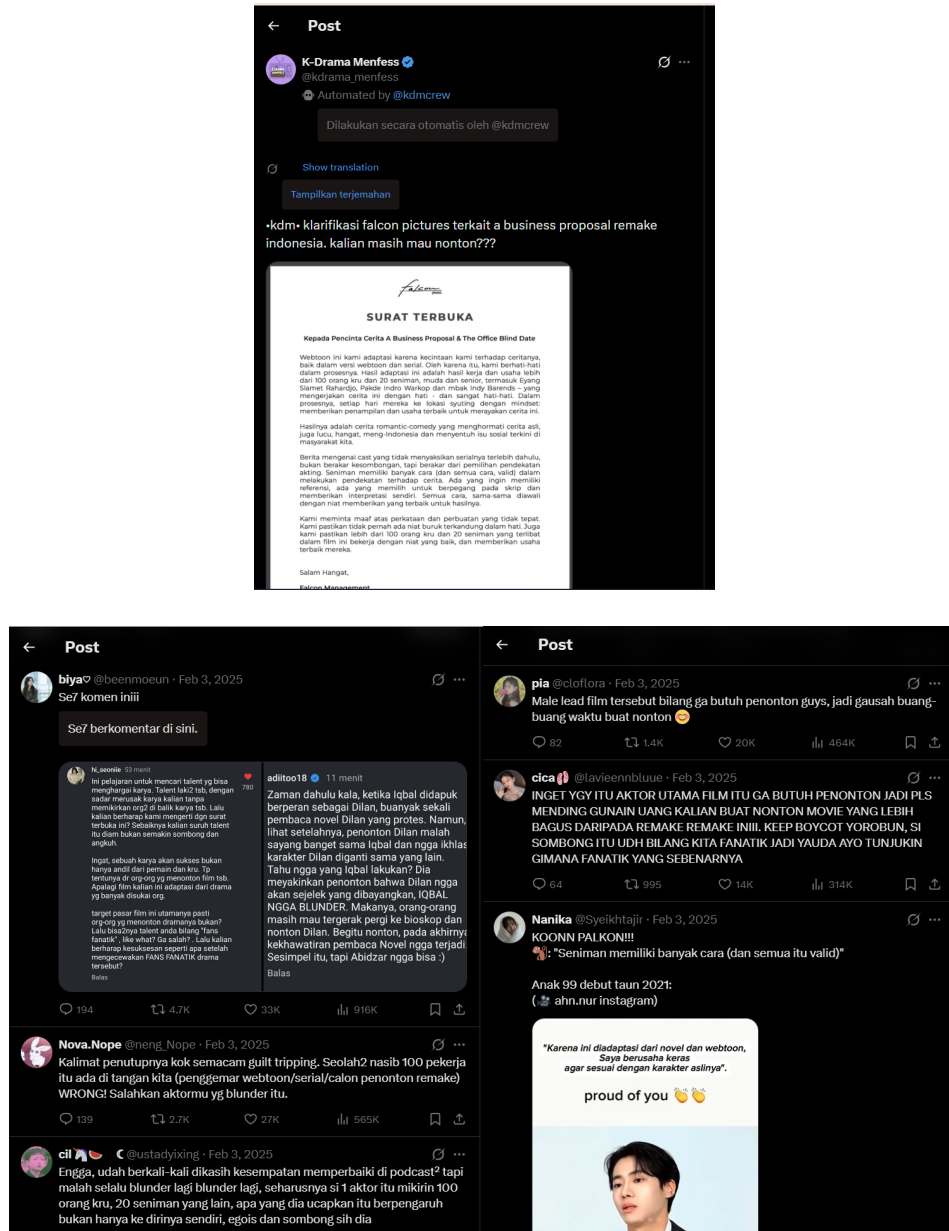
Data 2 memperlihatkan tekanan psikologis yang dialami selebritas akibat ekspektasi publik yang tinggi, sekaligus menunjukkan adanya jarak antara selebritas dan penggemarnya. Secara emosional, pernyataan ini berpotensi memunculkan empati karena memperlihatkan sisi rentan seorang figur publik. Namun, dalam praktiknya, sebagian publik justru membaca pernyataan ini sebagai bentuk keluhan yang sensitif terhadap peran penggemar dalam mendukung kariernya. Hal ini memperlihatkan adanya ketegangan antara dua posisi: selebritas sebagai individu yang memiliki beban emosional, dan selebritas sebagai figur publik yang diharapkan mampu mengelola ekspektasi secara profesional. Pola ini sesuai dengan posisi negosiasi dalam kerangka Hall. Publik menerima sebagian pesan Abidzar yakni rasa lelah yang manusiawi, namun tetap mempertanyakan

kepatutan cara penyampaianya berdasarkan norma sosial yang berlaku bagi seorang selebritas. Dengan demikian, Data 2 cenderung memunculkan *negotiated reading* dibandingkan dua data lainnya.

Sementara itu, Data 3 menjadi titik eskalasi karena disampaikan dengan nada yang cenderung defensif. Ungkapan “tidak perlu menonton jika tidak suka” dipahami oleh publik sebagai bentuk penolakan terhadap kritik. Nada ini memperkuat persepsi bahwa Abidzar bersikap tidak terbuka terhadap masukan, sehingga memicu reaksi kolektif yang lebih luas. Pernyataan ini kemudian menjadi titik konsolidasi bagi berbagai kritik yang sebelumnya tersebar, dan berperan penting dalam mempercepat munculnya gelombang *cancel culture*. Dengan kata lain, bukan hanya isi pernyataan yang berpengaruh, tetapi juga cara penyampaianya yang menentukan bagaimana publik merespons. Jika pada Data 1 dan Data 2 publik masih membaca pesan Abidzar secara negosiatif, pada Data 3 pembacaan publik mengarah pada posisi oposisional secara penuh. Artinya, pesan yang oleh Abidzar mungkin dimaksudkan sebagai pernyataan tegas justru di-*decode* sebagai sikap merendahkan penggemar. Eskalasi inilah yang menjelaskan mengapa Data 3, dan bukan Data 1 atau Data 2, menjadi pemicu utama meluasnya tagar #BoikotAbidzar.

Negosiasi nilai sosial ini berlanjut ketika Abidzar merespons kritik publik melalui unggahan “surat terbuka” yang berisi klarifikasi dan permintaan maaf. Langkah ini dapat dipahami sebagai upaya *re-encoding*: Abidzar berusaha mengodekan ulang pesan dirinya setelah pembacaan oposisional publik terhadap pernyataan-pernyataan sebelumnya. Data tersebut merupakan tangkapan layar unggahan dari akun X @kdarama_menfess yang membagikan surat terbuka Abidzar kepada publik, berisi klarifikasi dan permohonan maaf yang diunggah dalam bentuk gambar teks panjang sebagai tanda keseriusan upaya komunikasinya.

Namun, respons publik justru sebaliknya. Cuitan akun @kdrama_menfess yang berbunyi “klarifikasi falcon pictures terkait a business proposal remake indonesia. kalian masih mau nonton???” memancing 5.300 komentar, 8.000 *retweet*, 44.000 *likes*, dan 4.500 penyimpanan. Angka ini mencerminkan lagi betapa besarnya resistensi publik terhadap upaya klarifikasi tersebut. Balasan-balasan yang muncul mengungkapkan ketidakpuasan berlapis: @neng_Nope menilai kalimat penutup surat bersifat *guilt tripping* dengan menjadikan 100 kru sebagai beban moral bagi penonton; @ustadyixing menggambarkan blunder yang berulang sebagai bentuk egoisme; @cloflora dan @lavieennbluue justru menggunakan pernyataan Abidzar dari Data 3 sebagai argumen untuk memperkuat ajakan boikot; sementara @Annevy89 membandingkan Abidzar dengan standar aktor Korea yang dikenal melakukan riset mendalam sebelum berakting. Dalam kerangka *encoding-decoding*, keseluruhan pola respons ini merupakan cermin *oppositional reading* yang tidak goyah meski pembicara telah mengubah kodenya. Berikut tangkapan layar respons publik tersebut.



Gambar 6. Respons publik terhadap surat terbuka Abidzar
(Sumber: tangkapan layar unggahan X, Januari 2025)

Gambar 6 di atas memperlihatkan respons publik terhadap surat terbuka yang diunggah oleh Abidzar sebagai upaya klarifikasi. Pola ini mempertegas bahwa *once a narrative is established, it becomes difficult to reverse*. Artinya, begitu sebuah narasi terbentuk, sulit untuk membalikkannya. Negosiasi nilai sosial dalam kasus ini tidak berhenti pada penilaian atas tiga pernyataan awal, tetapi berlanjut pula pada penilaian atas keabsahan dan ketulusan upaya klarifikasi yang menyusul.

Dalam perspektif analisis wacana, surat terbuka tersebut merupakan sebuah strategi *apologia*—sebuah retorika pertahanan diri yang bertujuan untuk memulihkan citra. Namun, dalam ekosistem digital yang didominasi oleh skeptisisme, teks klarifikasi tersebut justru mengalami dekodasi oposisional gelombang kedua. Warganet tidak lagi membaca surat tersebut sebagai bentuk penyesalan yang tulus, melainkan sebagai bentuk manajemen kerusakan pragmatis yang didorong oleh motif ekonomi demi menyelamatkan proyek film yang sedang berjalan. Akibatnya, alih-alih meredam konflik,

surat terbuka ini justru memicu gelombang kritik baru yang membedah keaslian emosi, pilihan diksi, hingga motif di balik waktu perilisian surat tersebut.

Pada level praktik sosial, keseluruhan dinamika ini mencerminkan norma budaya yang lebih luas mengenai ekspektasi terhadap selebritas: bahwa mereka dituntut bersikap rendah hati, terbuka terhadap kritik, dan menghargai penggemar sebagai pihak yang turut membesarkan kariernya. Penilaian kelayakan seorang selebritas, dalam kasus ini, bukan semata dinegosiasikan berdasarkan kualitas akting atau profesionalismenya, melainkan berdasarkan kesesuaian sikapnya dengan norma relasional tersebut. Ketika publik digital merasa bahwa norma relasional ini telah dilanggar secara berulang, surat permintaan maaf yang sifatnya satu arah tidak lagi memadai untuk memulihkan modal sosial yang telah runtuh.

Secara keseluruhan, negosiasi nilai sosial dalam kasus ini memperlihatkan bahwa penilaian kelayakan selebritas tidak bersifat statis, melainkan bergerak seiring akumulasi tindak tutur dan responsnya. Pergeseran dari *negotiated reading* pada Data 1 dan Data 2 menuju *oppositional reading* pada Data 3, yang kemudian dipertegas oleh penolakan publik atas upaya *re-encoding* melalui surat terbuka, menunjukkan bahwa publik digital tidak sekadar menilai isi satu pernyataan secara terpisah, melainkan menilai konsistensi sikap selebritas secara kumulatif dari waktu ke waktu. Dengan demikian, masyarakat menegosiasikan nilai kelayakan selebritas melalui pembacaan yang bersifat relasional dan akumulatif, bukan melalui evaluasi tunggal atas satu peristiwa. Ekosistem digital pada akhirnya bertindak sebagai arsip moral yang dinamis, di mana setiap klarifikasi baru akan selalu dibenturkan dengan rekam jejak digital yang telah terekam sebelumnya.

Pergeseran Citra Selebritas dan Implikasinya bagi Industri Film

Pertanyaan penelitian ketiga menyoroti bagaimana proses kontestasi makna berdampak terhadap pembentukan citra selebritas dan praktik di industri film Indonesia. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana *cancel culture* berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial di era digital: publik tidak hanya mengekspresikan ketidaksetujuan, tetapi juga berupaya memengaruhi konsekuensi nyata, seperti performa film di pasar. Data mengenai rendahnya jumlah penonton digunakan sebagai legitimasi untuk memperkuat narasi boikot yang berkembang. Dalam kerangka Fairclough, fenomena ini terbaca pada level praktik sosial: norma budaya tentang kesantunan selebritas berinteraksi langsung dengan struktur ekonomi industri film, sehingga pertarungan makna di ranah teks dan praktik diskursif berbuah implikasi nyata pada angka penjualan tiket.

Namun demikian, *cancel culture* tidak selalu bersifat destruktif. Dalam beberapa kasus, praktik ini dapat menjadi bentuk akuntabilitas publik terhadap figur yang memiliki pengaruh besar. Akan tetapi, dalam kasus ini, terlihat bahwa proses tersebut juga cenderung menyederhanakan persoalan yang kompleks. Pernyataan yang memiliki konteks tertentu direduksi menjadi narasi tunggal yang negatif. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan simplifikasi dalam budaya digital, di mana kompleksitas sering kali dikorbankan demi kecepatan penyebaran dan viralitas.

Lebih jauh, kasus ini mengungkap pergeseran mendasar dalam relasi antara selebritas dan publik. Jika sebelumnya selebritas memiliki kontrol lebih besar atas citra mereka melalui media tradisional, kini kontrol tersebut terdistribusi ke publik digital. Warganet tidak lagi hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen makna. Melalui aktivitas seperti komentar, *retweet*, dan penggunaan tagar, mereka secara aktif berkontribusi dalam membentuk citra publik. Kondisi ini melahirkan bentuk kekuasaan baru yang bersifat terdesentralisasi, di mana tidak ada satu pihak yang sepenuhnya mengendalikan narasi. Sebuah pola yang dalam kerangka Fairclough

menunjukkan bagaimana praktik sosial (relasi kuasa selebritas-publik) ikut berubah sebagai konsekuensi dari perubahan pada level praktik diskursif (mekanisme penyebaran tagar dan komentar berantai).

Dalam konteks ini, media sosial dapat dipahami sebagai arena kontestasi makna yang dinamis. Setiap pernyataan tidak hanya diposisikan sebagai bentuk komunikasi, tetapi juga sebagai simbol yang membawa nilai dan ideologi tertentu. Publik kemudian menafsirkan, menilai, dan merespons simbol tersebut berdasarkan kerangka pengalaman dan perspektif masing-masing. Proses ini menghasilkan makna yang terus berubah dan tidak pernah final. Fenomena *cancel culture* terhadap Abidzar Al-Ghifari ini menegaskan kerentanan citra selebritas di era media sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara pesan yang disampaikan Abidzar, yakni keinginan untuk tampil orisinal dan ungkapan tekanan psikologis. Dengan proses *decoding* publik yang memicu gelombang kritik melalui tagar #BoikotAbidzar. Hal ini sejalan dengan konsep representasi dari Stuart Hall, yang menegaskan bahwa makna akhir bukan ditentukan pembicara, melainkan dinegosiasikan komunitas digital yang aktif, kritis, dan berdaya.

Selain itu, temuan ini memperlihatkan pergeseran otoritas representasi dari media dan selebritas menuju publik daring. Respons Abidzar melalui surat terbuka terbukti belum cukup untuk meredam resistensi yang telah terbentuk. Hal ini menunjukkan bahwa krisis reputasi di ruang digital tidak dapat diselesaikan hanya dengan klarifikasi satu arah, melainkan membutuhkan strategi komunikasi yang lebih dialogis. Dalam hal ini adalah komunikasi dua arah yang menempatkan publik bukan sebagai penerima pesan, melainkan sebagai mitra aktif dalam pembentukan makna. Implikasinya bagi industri film Indonesia, pemahaman terhadap dinamika afeksi publik dan mekanisme algoritma media sosial menjadi penting agar figur publik dan rumah produksi yang menaunginya dapat merespons situasi krisis secara lebih adaptif. Hal ini perlu dipertimbangkan sejak tahap produksi pernyataan publik, bukan hanya pada tahap responsif setelah kontroversi terjadi.

Secara keseluruhan, ketiga subbab di atas menunjukkan bahwa wacana #BoikotAbidzar terbentuk melalui akumulasi tiga pernyataan yang saling memperkuat dalam rantai praktik diskursif; bahwa negosiasi nilai sosial berlangsung melalui pembacaan yang bergerak dari posisi negosiatif menuju oposisional, bahkan ketika pembicara berupaya melakukan *re-encoding* melalui klarifikasi; dan bahwa kontestasi makna ini berimplikasi nyata terhadap performa komersial film serta pergeseran kekuasaan representasi dari selebritas dan media menuju publik digital.

Simpulan

Fenomena *cancel culture* terhadap Abidzar Al-Ghifari dalam film *A Business Proposal* menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai arena kontestasi makna yang aktif dalam membentuk citra selebritas di era digital. Melalui analisis wacana kritis Fairclough (2013) yang dipadukan dengan kerangka *encoding-decoding* Stuart Hall (1980), penelitian ini menemukan bahwa kontroversi tidak semata dipicu oleh isi pernyataan, melainkan oleh kesenjangan antara proses *encoding* yang dilakukan Abidzar dan *decoding* yang dilakukan oleh publik. Makna tidak bersifat tetap, melainkan dinegosiasikan secara dinamis dalam interaksi antara selebritas dan audiens. Dalam kasus ini, *dominasi oppositional reading* dari publik memicu terbentuknya gelombang kritik yang terorganisasi melalui tagar #BoikotAbidzar, sekaligus memperlihatkan bagaimana warganet berperan aktif dalam membentuk, memperkuat, dan menyebarkan narasi tertentu di ruang digital.

Lebih jauh, temuan penelitian ini menegaskan bahwa *cancel culture* di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai bentuk sanksi sosial, tetapi juga sebagai mekanisme negosiasi nilai terkait profesionalisme, orisinalitas, dan etika selebritas. Di satu sisi, praktik ini dapat menjadi bentuk akuntabilitas publik, namun di sisi lain juga berpotensi menyederhanakan persoalan yang kompleks melalui logika viralitas media sosial. Pergeseran otoritas representasi dari selebritas dan media menuju publik digital menunjukkan munculnya bentuk kuasa baru yang terdesentralisasi, di mana citra selebritas dibentuk melalui partisipasi kolektif. Sebagaimana tercermin dalam tiga level analisis Fairclough: dari level teks (pilihan kata dan nada), level praktik diskursif (rantai *retweet* dan komentar bertagar), hingga level praktik sosial (norma relasional selebritas-publik yang ikut menentukan penilaian kelayakan). Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang lebih dialogis bagi figur publik, serta peningkatan literasi media bagi masyarakat agar tidak terjebak dalam simplifikasi narasi digital yang cepat dan reaktif. Ke depan, kajian ini membuka peluang penelitian lanjutan mengenai dinamika *cancel culture* lintas budaya, dampaknya terhadap kesehatan mental dan keberlanjutan karier pelaku industri kreatif, serta peran algoritma media sosial dalam memperkuat atau meredam gelombang *cancel culture* di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Altamira, M. B., & Movementi, S. G. (2023). *Fenomena Cancel Culture Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur*. 10(1). <https://doi.org/10.7454/jvi.v10i1.1177>
- Amalia, W., Untari, F. I., & Arafah, S. N. (2023). *Mengungkap Cancel Culture : Studi Fenomenologis tentang Kebangkitan dan Dampaknya di Era Digital*. 3, 10384–10402.
- Clark, M. D. (2020). *DRAG THEM : A brief etymology of so-called " cancel culture ."* <https://doi.org/10.1177/2057047320961562>
- Effendi, A. O. A., & Febriana, P. (2023). *Fenomena Cancel Culture Sebagai Kontrol Sosial pada Kasus KDRT Rizky Billar Terhadap Lesti Kejora*. 1, 21–33.
- Fairclough, N. (2013). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. Second Edition*. Routledge. (Original work published 1950).
- Hall, S. (1980). *Encoding/Decoding*. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, Media, , Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972–79* (hlm. 128–138). London: Hutchinson, UK: Hutchinson University Library. 163–173.
- Lavesia, S. C., & Kurdaningsih, D. M. (2025). *Resepsi Penonton Terhadap Statement Abidzar Al Ghifari pada Pemeran Utama Film Bussines Proposal*. 1(4), 1086–1094.
- Mauidunnajah, H., Fitrianti, R., Suryasuciramdhan, A., Susilawati, E., & Laksana, A. (2026). *Jurnal Netnografi Komunikasi (JNK) Analysis Of Netizen Reception On Social Media X Regarding Actor Abidzar ' S Statement In The Promotion Of The Film Adaptation A Business*. 5(1), 53–70.
- Michell, C. (2024). *Cancel Culture in the Film Industry & Its Representation Within Media*. April.
- Putri, V. M., Octavia, I., Nuryanto, H. T., & Nurhajati, L. (2024). *Comparison Study on Cancel Culture as an Impact and Public Figure Scandal in Indonesia and Overseas*. 11(1), 120–133.
- Yustina, A., Apyunita, D., Aritiastary, & Putri, S. M. M. (2025). *Narasi Kebencian di Era Digital : Studi Kasus Hujatan Netizen terhadap Abidzar Al-Ghifari dalam Kontroversi Remake K- Drama Business Proposal*. 5(4), 4934–4945.

Sumber Berita

- Liputan6.com. (2021, 9 Juni). *Gofar Hilman Tak Lagi Jadi Bagian Lawless Jakarta Usai Isu Pelecehan Seksual Merebak*. Liputan6.
<https://www.liputan6.com/showbiz/read/4577724/gofar-hilman-tak-lagi-jadi-bagian-lawless-jakarta-usai-isu-pelecehan-seksual-merebak>
- Popbela.com. (2022, 27 Oktober). *Kronologi Arawinda Kirana Disebut Pelakor*. Popbela.
<https://www.popbela.com/relationship/dating/windari-subangkit/kronologi-arawinda-kirana-dituding-jadi-pelakor>
- Liputan6.com. (2023, 29 April). *Virgoun Ngaku Selingkuh dan Berbuat Asusila, Warganet Singgung Kehidupan Suami Inara Rusli Tak Sesuai Lirik Lagu Ciptaannya*.
<https://www.liputan6.com/health/read/5269579/virgoun-ngaku-selingkuh-dan-berbuat-asusila-warganet-singgung-kehidupan-suami-inara-rusli-tak-sesuai-lirik-lagu-ciptaannya>
- JPNN.com. (2025, 18 November). *Rumor Memanas, Azizah Salsha Buka Suara, Lalu Minta Maaf*. JPNN.
<https://www.jpnn.com/news/rumor-memanas-azizah-salsha-buka-suara-lalu-minta-maaf>
- Kompas.com. (2025, 14 April). *Abidzar Layangkan Somasi Terbuka untuk Dua Netizen yang Diduga Hina Umi Pipik*. Kompas.com.
<https://www.kompas.com/hype/read/2025/04/14/075137266/abidzar-layangkan-somasi-terbuka-untuk-dua-netizen-yang-diduga-hina-umi>
- Parapuan.co. (2025, 27 Oktober). *Isu Perselingkuhan Mencuat, Sejumlah Brand Putuskan Kerja Sama dengan Jule*. Parapuan.
<https://www.parapuan.co/read/534312319/isu-perselingkuhan-mencuat-sejumlah-brand-putuskan-kerja-sama-dengan-jule>