

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri perfilman Indonesia tidak hanya berkembang dari segi produksi dan kreativitas di beberapa tahun terakhir, tetapi juga menghadapi tantangan sosial baru, salah satunya adalah fenomena *cancel culture*. Fenomena ini muncul seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, di mana masyarakat memiliki ruang yang lebih luas untuk menyuarakan opini dan kritik terhadap para pelaku industri film, termasuk aktor, sutradara, maupun rumah produksi (Mujahidah, 2021). *Cancel culture* seringkali muncul sebagai bentuk reaksi publik terhadap tindakan atau pernyataan yang dianggap tidak etis, diskriminatif, atau bermasalah secara sosial. Dalam konteks perfilman, hal ini menciptakan dinamika baru yang memengaruhi reputasi, distribusi film, bahkan karier individu yang terlibat (Anjarini, 2020). Fenomena *cancel culture* ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan tumbuh seiring dengan meningkatnya sensitivitas masyarakat terhadap berbagai isu sosial yang semakin mendapatkan perhatian luas.

Kemunculan *cancel culture* juga dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran publik terhadap isu-isu sosial seperti kesetaraan gender, pelecehan seksual, diskriminasi, dan representasi yang adil dalam media (Nurjunita, 2024). Kasus-kasus pelaku film yang terlibat dalam kontroversi atau pelanggaran etika kerap memicu reaksi luas di media sosial, bahkan mendorong boikot terhadap karya yang mereka hasilkan (Norris, 2023). *Cancel culture* juga menimbulkan perdebatan

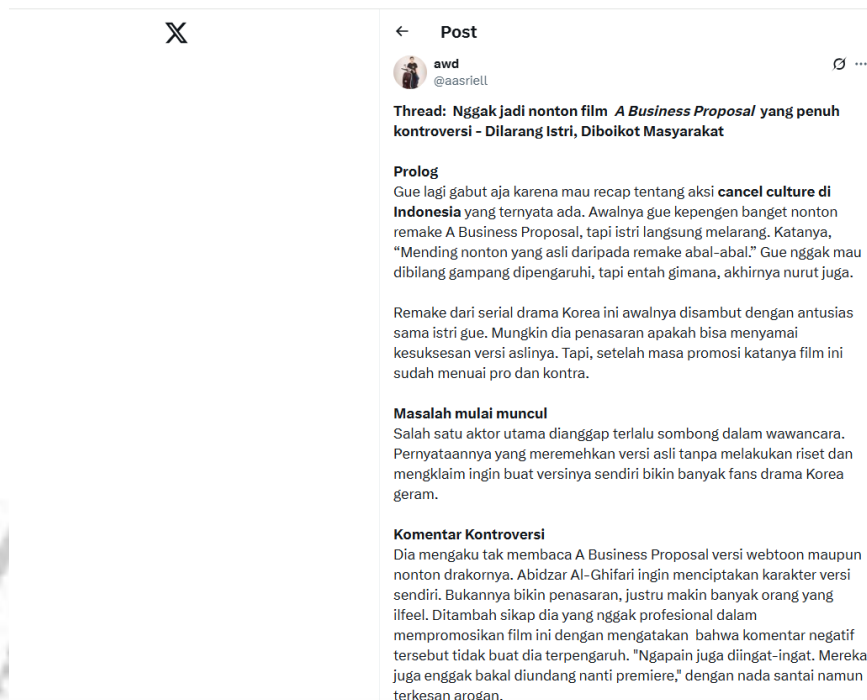
karena sering kali dilakukan tanpa melalui proses klarifikasi atau hukum yang adil (Juniman, 2023). Akibatnya, industri perfilman Indonesia kini menghadapi dilema antara menjaga integritas karya seni dan merespons tuntutan sosial yang terus berkembang.

Dalam era media sosial, *cancel culture* berkembang pesat karena memungkinkan penyebaran informasi dan opini secara cepat (Waani, 2021). *Cancel culture* muncul karena ada kesalahan yang dapat memicu reaksi negatif yang berdampak langsung pada citra dan potensi pendanaan film tersebut (Penthatesia, 2025). Peran selebriti sebagai *public figure* tidak hanya terbatas pada karya, tetapi juga mencakup tanggung jawab menjaga citra dan komunikasi publik. Sikap yang tidak bijak, seperti pernyataan kontroversial, dapat memicu kekecewaan audiens dan memunculkan fenomena *cancel culture* upaya sistematis masyarakat untuk menghentikan dukungan terhadap figur atau karya tertentu (Nguyen, 2021). Penelitian oleh Clark dan Marchi (2020) dalam jurnal *Communication Studies* menunjukkan bahwa 67% kasus *cancel culture* dipicu oleh pernyataan figur publik yang dianggap merendahkan, rasis, atau tidak profesional. Contohnya, kontroversi Kevin Hart yang menarik diri sebagai pembawa acara Oscar 2019 karena komentar homofobik di masa lalu (Rudin et al., 2020). Kasus ini menunjukkan bahwa peran selebriti dalam menjaga komunikasi publik tidak bisa diabaikan, terutama dalam industri hiburan yang sangat bergantung pada persepsi dan dukungan audiens. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana komunikasi publik dari figur terkenal memengaruhi penerimaan karya mereka, serta bagaimana fenomena *cancel culture* berkembang dalam konteks media digital di Indonesia.

Di Indonesia, kasus serupa terjadi pada film *A Business Proposal* (2025) yang dibintangi Abidzar Al Ghifari. Film ini menuai boikot massal setelah serangkaian pernyataan blunder aktor utama di berbagai platform media. Kasus ini menjadi contoh nyata betapa ketidakmatangan komunikasi publik dapat mengancam keberhasilan proyek kreatif dan merusak hubungan dengan audiens. *A Business Proposal* (2025), sebuah adaptasi dari drama Korea populer yang mengalami boikot massal bahkan sebelum resmi dirilis. Pemicu utama boikot tersebut adalah pernyataan kontroversial dari salah satu pemain utama, Abidzar Al-Ghifari, yang mengaku hanya menonton satu episode versi aslinya dan menyebut penggemar budaya Korea sebagai fanatik. Pernyataan ini menyinggung komunitas penggemar drama Korea dan K-Pop di Indonesia, yang memiliki basis massa besar dan aktif di media sosial (Bahruddin, 2025). Reaksi cepat dan masif dari komunitas ini menunjukkan bagaimana opini publik, khususnya di ruang digital, dapat memengaruhi potensi komersial sebuah karya film.

Kontroversi yang melibatkan aktor Abidzar Al Ghifari mencuat menjelang perilisan film adaptasi *A Business Proposal* versi Indonesia. Masalah bermula dari pernyataan Abidzar dalam konferensi pers pada 13 Januari 2025, di mana ia mengaku hanya menonton satu episode versi Korea dan memutuskan untuk menciptakan karakter sendiri tanpa mengikuti sumber aslinya. Pernyataan ini menuai kritik dari netizen karena dianggap meremehkan karya asli dan proses adaptasi. Situasi semakin memanas saat Abidzar tampil di podcast Coki Pardede pada 30 Januari 2025, menyebut penggemar drama Korea sebagai “fans fanatik yang terlalu menuntut,” yang memperluas kritik dari komunitas penggemar K-

Drama. Pada awal Februari, melalui Instagram Story, Abidzar menuduh para pengkritiknya sebagai “rasis”, meski kritik yang diterima tidak berkaitan dengan isu SARA. Hal ini dinilai sebagai upaya pengalihan isu yang tidak bertanggung jawab. Dalam wawancara promosi berikutnya bersama Ariel Tatum dan Caitlin Halderman, ia menyatakan tidak mengingat kritik netizen dan menyebut mereka tidak akan diundang ke acara premiere film, sebuah pernyataan yang dianggap arogan dan tidak menghargai penonton. Kontroversi memuncak setelah penampilannya di kanal YouTube TS Media, di mana ia menyebut pengguna aplikasi kencan sebagai “orang putus asa (*hopeless*)”, yang memicu kecaman lebih lanjut karena dinilai merendahkan kelompok tertentu. Rentetan pernyataan kontroversial ini mendorong munculnya *cancel culture*, dengan tagar #BoikotABusinessProposal menjadi trending di Twitter dan mencapai 250 ribu cuitan dalam tiga hari. Dampaknya, survei CinemaTrack menunjukkan bahwa 62% responden enggan menonton film tersebut. Falcon Pictures selaku rumah produksi akhirnya terpaksa menyampaikan permintaan maaf secara resmi dan merevisi strategi promosi demi meredam gejolak publik.



Gambar 1.1. Boikot Film *A Business Proposal* di Twitter

Sumber : Unggahan Thread dari akun @aasriell

Kasus ini menjadi contoh nyata bagaimana *cancel culture* dapat berdampak langsung pada performa bisnis film di Indonesia. Dalam waktu singkat, ajakan boikot menyebar luas dan memengaruhi animo penonton, terbukti dengan rendahnya angka penjualan tiket di hari pertama yang hanya mencapai kurang dari 7.000 lembar. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah film tidak hanya ditentukan oleh kualitas produksi, tetapi juga oleh reputasi personal pemain serta hubungan mereka dengan audiens (Rinugroho, 2022). Bagi pelaku industri film, kasus ini menjadi pelajaran penting bahwa strategi promosi dan komunikasi publik harus dilakukan dengan lebih sensitif dan hati-hati, terutama dalam menghadapi

penggemar fanbase besar yang memiliki kekuatan kolektif dalam mempengaruhi citra dan kelangsungan sebuah karya hiburan (Nariswari, 2025).

Kasus film *A Business Proposal* (2025), pernyataan kontroversial aktor Abidzar Al-Ghifari yang menyinggung penggemar budaya Korea mencerminkan kurangnya pemahaman terhadap nilai emosional dan kultural yang melekat pada karya aslinya. Hal ini tidak hanya menunjukkan kesenjangan dalam pemahaman lintas budaya, tetapi juga memicu reaksi keras dari komunitas penggemar yang merasa budayanya tidak dihargai. Ketidakhati-hatian aktor dalam menyampaikan opini pribadi pada akhirnya berdampak besar pada publik terhadap film yang seharusnya menjadi jembatan budaya antara Indonesia dan Korea (Ramadhan, 2025).

Fenomena *cancel culture* dalam industri perfilman Indonesia mencuat melalui kasus adaptasi film *Business Proposal* yang menuai kontroversi publik. Adaptasi ini dikritik keras setelah salah satu aktor utamanya dianggap bersikap arogan dan tidak menunjukkan penghormatan terhadap karya asli Korea Selatan. Antara (2025) menjelaskan banyak penggemar merasa bahwa sang aktor tidak memahami konteks budaya dan kualitas artistik dari film aslinya, bahkan dinilai meremehkannya dalam sejumlah wawancara dan pernyataan publik. Sikap ini menimbulkan kekecewaan, terutama di kalangan penggemar drama Korea, yang selama ini menjadi audiens loyal di Indonesia.

Salah satu kasus yang mencuat adalah pernyataan kontroversial yang dilontarkan oleh aktor muda Abidzar Al Ghifari terkait film Korea *A Business Proposal*. Pernyataan tersebut menuai kritik luas dan memicu reaksi negatif dari

warganet, yang merasa pernyataan tersebut tidak menghargai karya kreatif lintas budaya. Dampaknya, Abidzar mengalami penurunan jumlah pengikut di media sosial dan menjadi sasaran kecaman publik. Kejadian ini menunjukkan bagaimana persepsi publik yang terbentuk melalui media sosial dapat memengaruhi reputasi dan eksistensi seorang figur publik secara signifikan. Permasalahan ini menjadi penting untuk dikaji karena mencerminkan bagaimana opini publik di era digital tidak hanya membentuk wacana, tetapi juga menentukan nilai sosial seseorang di ruang daring. Selain itu, fenomena ini juga menimbulkan pertanyaan etis tentang batas antara kritik konstruktif dan budaya pembatalan yang destruktif.

Di sisi lain, respons dari tim produksi, khususnya sutradara, juga menjadi sorotan. Ketika kontroversi mulai merebak dan publik menuntut klarifikasi, pihak sutradara maupun produser tidak memberikan pernyataan yang tegas atau terbuka. Keheningan ini dinilai sebagai bentuk ketidakterbukaan dan ketidakpedulian terhadap kritik konstruktif dari masyarakat. Padahal, dalam dunia industri kreatif, respons terhadap masukan publik sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan integritas karya. Ketika kritik publik dibiarkan tanpa jawaban, kesan yang muncul adalah ketidakseriusan dalam mempertahankan kualitas dan etika produksi. Fenomena ini menunjukkan bahwa dalam era digital, penonton memiliki kekuatan kolektif yang besar, dan setiap elemen dalam produksi film mulai dari aktor, sutradara, hingga promosi harus dikelola dengan penuh tanggung jawab sosial dan budaya.

Urgensi penelitian ini terletak pada meningkatnya kekuatan kolektif publik dalam ruang digital yang mampu memengaruhi keberhasilan proyek kreatif,

sebagaimana terlihat pada kasus *A Business Proposal* (2025). Kontroversi yang dipicu oleh pernyataan aktor Abidzar Al Ghifari tidak hanya berdampak pada reputasi individu, tetapi juga secara langsung menurunkan minat publik terhadap film sebelum peluncurannya. Hal ini memperlihatkan bahwa dalam era digital, reputasi personal dan komunikasi publik figur menjadi faktor penentu dalam penerimaan karya budaya. Cancel culture, sebagai bentuk kontrol sosial baru, menuntut kepekaan budaya dan tanggung jawab etis dari para pelaku industri hiburan.

Komunitas penonton yang mengalami kejutan budaya negatif akibat komentar tidak sensitif dari figur publik akan cenderung menarik diri, bahkan melakukan tindakan boikot terhadap karya tersebut (Alexander, 2024). Akibatnya, film kehilangan potensi pasar yang besar dan mengalami kerugian tidak hanya secara finansial, tetapi juga secara reputasi. Kasus ini menunjukkan bahwa pelaku industri film perlu memiliki literasi budaya yang tinggi dan strategi komunikasi yang cermat, agar adaptasi lintas budaya dapat diterima dengan baik tanpa menyinggung nilai-nilai yang telah lebih dulu dihargai oleh penonton.

1.2. Identifikasi Penelitian

Beberapa masalah yang dikembangkan pada penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi publik dari Abidzar Al Ghifari memicu reaksi cancel culture terhadap film *A Business Proposal*

Masalah ini berangkat dari premis bahwa dalam era media digital, figur publik tidak hanya dinilai berdasarkan kualitas karya, tetapi juga melalui tutur kata, opini, dan sikap mereka di ruang publik. Ketika Abidzar memberikan pernyataan bahwa ia hanya menonton satu episode dari versi asli A Business Proposal dan menyebut penggemar K-Drama sebagai “fanatik,” pernyataan tersebut menyinggung komunitas yang memiliki ikatan emosional kuat terhadap budaya Korea. Nada bicara yang sarkastik, tidak empatik, serta tidak menunjukkan penghargaan terhadap penggemar menyebabkan reaksi kolektif di media sosial yang mendorong lahirnya gerakan boikot. Cancel culture muncul sebagai bentuk perlawanan terhadap apa yang dianggap sebagai penghinaan budaya dan sikap arogansi.

2. Strategi komunikasi krisis yang tidak memadai dari tim produksi memperburuk citra film di mata publik

Setelah kontroversi terjadi, tidak ada klarifikasi atau permintaan maaf langsung dari aktor maupun tim produksi, yang seharusnya menjadi langkah awal untuk meredam amarah publik. Dalam konteks Situational Crisis Communication Theory (SCCT), organisasi (dalam hal ini rumah produksi) perlu menyesuaikan respons berdasarkan tingkat tanggung jawab yang dirasakan oleh publik. Ketika tidak ada respons yang empatik atau bentuk akuntabilitas, publik merasa diabaikan dan hal ini memperkuat persepsi negatif. Dengan demikian, masalah ini mengarah pada pertanyaan bagaimana kegagalan komunikasi krisis memperbesar efek cancel culture dan menurunkan kepercayaan audiens terhadap film.

3. Peran media sosial mempercepat eskalasi isu dari kontroversi personal menjadi krisis publik dan boikot massal

Media sosial memiliki kekuatan memperluas dan mempercepat penyebaran opini publik. Dalam kasus ini, hanya dalam hitungan hari tagar #BoikotABusinessProposal menjadi trending dan menyebar luas ke berbagai platform digital. Media sosial bukan hanya sarana komunikasi satu arah, tetapi juga ruang mobilisasi kolektif. Netizen menyuarakan ketidakpuasan, membagikan ulang pernyataan kontroversial, dan bahkan membuat kampanye ajakan boikot. Ini menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah wajah kritik publik menjadi aksi sosial nyata. Oleh karena itu, penting untuk merumuskan bagaimana karakteristik media sosial sebagai ruang publik digital memperkuat praktik cancel culture dalam industri hiburan Indonesia.

4. Reputasi personal aktor berkontribusi terhadap penerimaan dan performa komersial film

Industri hiburan sangat bergantung pada citra publik dan hubungan emosional antara penonton dan pelaku seni. Dalam kasus ini, meskipun kualitas produksi film belum diuji secara luas oleh publik, sentimen negatif terhadap salah satu pemain utama telah cukup untuk memengaruhi niat menonton. Artinya, reputasi personal sangat menentukan keberhasilan film, apalagi dalam konteks ekonomi digital di mana persepsi publik menyebar cepat. Oleh karena itu, perumusan masalah ini ditujukan untuk mengkaji

seberapa besar dampak dari krisis reputasi pribadi terhadap kinerja komersial sebuah karya.

5. *Cancel culture* bekerja sebagai bentuk pengawasan moral publik terhadap figur publik dalam industri film

Fenomena *cancel culture* juga dapat dibaca sebagai bentuk kontrol sosial baru di era digital, di mana publik memiliki kekuatan untuk memberikan sanksi sosial kepada figur publik yang dianggap menyimpang dari norma sosial atau budaya. Dalam kasus ini, reaksi masyarakat yang merasa tersinggung oleh pernyataan Abidzar menunjukkan bahwa *cancel culture* merupakan mekanisme sanksi kolektif yang digunakan untuk mengoreksi perilaku publik figur. Dengan demikian, perlu dirumuskan bagaimana *cancel culture* berfungsi sebagai alat koreksi publik terhadap figur yang melanggar harapan etis dan budaya masyarakat.

Berdasarkan kasus pemboikotan film *A Business Proposal*, muncul berbagai masalah yang kompleks dan saling berkaitan, mulai dari komunikasi publik yang tidak sensitif, lemahnya strategi komunikasi krisis, rendahnya literasi budaya, hingga peran media sosial dalam mempercepat krisis reputasi.

1.3. Rumusan Masalah

Pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah: Bagaimana pernyataan kontroversial Al Ghifari penyebab pemboikotan film “*A Business Proposal*” dari perspektif *cancel culture*?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pernyataan kontroversial Al Ghifari penyebab pemboikotan film “*A Business Proposal*” dari perspektif *cancel culture*.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi massa dan budaya populer. Dengan mengkaji fenomena *cancel culture* dalam industri perfilman Indonesia, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai dinamika hubungan antara figur publik, media sosial, dan masyarakat dalam era digital. Selain itu, penelitian ini juga menambah pemahaman tentang bagaimana sensitivitas budaya dan opini publik dapat membentuk tren baru dalam konsumsi media, terutama dalam konteks adaptasi lintas budaya seperti film “*Business Proposal*” (2025).

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku industri perfilman baik produser, sutradara, aktor, maupun tim pemasaran untuk lebih berhati-hati dalam mengelola komunikasi publik, terutama di tengah tingginya sensitivitas sosial yang diperkuat oleh media sosial. Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang pentingnya membangun citra publik yang positif, memahami budaya penggemar, serta mengantisipasi potensi risiko *cancel culture* terhadap proyek film.

Selain itu, bagi pemangku kebijakan dan pihak yang bergerak di bidang media kreatif, penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi untuk merancang strategi komunikasi dan promosi yang lebih adaptif dan inklusif

