

Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)

DOI: <https://doi.org/10.35870/jtik.v10i1.4689>

Analisis Wacana Digital *Cancel Culture* terhadap Abidzar dalam Konten YouTube Cokro TV

Muhammad Rizqi Raihan Bakir^{1*}, Hanna Nurhaqiqi²

^{1*,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

article info

Article history:

Received 30 June 2025

Received in revised form

20 July 2025

Accepted 10 September 2025

Available online January 2026.

Keywords:

Cancel Culture; Abidzar;

Digital Discourse; Cokro TV;

Netizen.

Kata Kunci:

Cancel Culture; Abidzar;

Wacana Digital; Cokro TV;

Netizen.

abstract

This study examines the phenomenon of cancel culture in the Indonesian film industry through a case study of actor Abidzar Al-Ghifari and the controversy surrounding the film *A Business Proposal*. The controversy arose from Abidzar's statement during a press conference, which was perceived as belittling the original Korean drama, triggering negative reactions in digital spaces. This research employs a descriptive qualitative approach using Rodney H. Jones's Digital Discourse Analysis method, which includes four elements: text, context, action and interaction, and power and ideology. Data were collected from a YouTube video by Cokro TV titled "Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando" and its comment section. The findings reveal that cancel culture functions as a form of social expression, with netizens acting as moral gatekeepers in digital spaces. The discourse reflects the power dynamics between public figures and digital society, who collectively construct legitimacy through social media. This phenomenon significantly affects reputation, career, and the continuity of film projects.

abstrak

Penelitian ini membahas fenomena cancel culture dalam industri perfilman Indonesia melalui studi kasus kontroversi aktor Abidzar Al-Ghifari terkait film *A Business Proposal*. Kontroversi bermula dari pernyataan Abidzar dalam sebuah konferensi pers yang dinilai meremehkan versi asli drama Korea tersebut, memicu respons negatif di ruang digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Analisis Wacana Digital Rodney H. Jones, yang mencakup elemen teks, konteks, tindakan dan interaksi, serta kekuasaan dan ideologi. Data diperoleh dari video YouTube Cokro TV berjudul "Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando" dan kolom komentarnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cancel culture menjadi bentuk ekspresi sosial netizen sebagai pengontrol moral publik. Wacana yang terbentuk mencerminkan dinamika kekuasaan antara figur publik dan masyarakat digital yang mampu membentuk legitimasi melalui media sosial. Fenomena ini berdampak signifikan terhadap reputasi dan keberlangsungan karier di industri film.

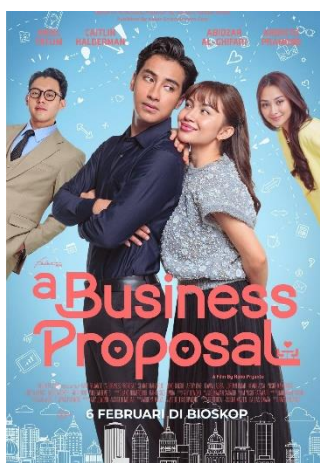
Corresponding Author. Email: rizqibakir@gmail.com ^{1}.



Copyright 2026 by the authors of this article. Published by Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

1. Pendahuluan

Film *A Business Proposal* adalah film Indonesia bergenre komedi-romantis yang dirilis pada 6 Februari 2025 oleh rumah produksi Falcon Pictures. Disutradarai oleh Rako Prijanto dan diproduksi oleh Frederica, film ini merupakan adaptasi dari serial webtoon dan drama Korea populer yang meraih kesuksesan besar pada 2022, berjudul *Business Proposal*. Film ini dibintangi oleh sejumlah aktor dan aktris ternama Indonesia, di antaranya Abidzar Al-Ghifari yang berperan sebagai Tama, Ariel Tatum sebagai Sari, Caitlin Halderman sebagai Yasmin, dan Ardhito Pramono sebagai Satrio. Selain itu, film ini juga melibatkan sejumlah pemeran pendukung seperti Slamet Rahardjo sebagai Bowo, Indy Barends sebagai Septi, dan Indro Warkop sebagai Jarwo (IMDb, 2025).



Gambar 1. Poster Film “A Business Proposal”

Film *A Business Proposal* memicu kontroversi setelah konferensi pers pada 13 Januari 2025, ketika aktor utama Abidzar Al-Ghifari mengungkapkan bahwa ia hanya menonton setengah episode dari versi asli drama Korea yang diadaptasi, dan memilih untuk membentuk karakter sesuai dengan interpretasinya sendiri. Pernyataan tersebut dinilai meremehkan kualitas drama Korea asli dan memicu kecaman luas di media sosial. Selain itu, kritik juga tertuju pada pemilihan Abidzar sebagai pemeran utama, yang dianggap kurang tepat dibandingkan dengan aktor lain yang lebih dianggap cocok. Kontroversi ini semakin memanas setelah wawancara dengan Abidzar dan Ariel Tatum, di mana mereka menyatakan bahwa publik bebas untuk tidak

menonton film mereka jika tidak menyukai karya tersebut. Pernyataan ini semakin memperburuk keadaan, yang pada akhirnya memunculkan gelombang *cancel culture* terhadap Abidzar dan film tersebut. Meskipun Abidzar telah meminta maaf secara terbuka, seruan boikot tetap berlanjut dan berdampak pada performa film di bioskop, yang hanya meraih 19.631 penonton dalam sepuluh hari tayang dan memperoleh rating 1/10 di IMDb. Fenomena ini menarik perhatian berbagai media digital, yang tidak hanya memberitakan, tetapi juga mengulas isu tersebut secara mendalam. Salah satu platform yang membahasnya adalah kanal YouTube Cokro TV, melalui konten berjudul “Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando”. Dalam konten ini, Ade Armando membahas fenomena *cancel culture* yang timbul, meskipun judul konten tersebut justru menciptakan makna yang berlawanan dengan isi pembahasannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis teks terkait *cancel culture* yang muncul dalam konten tersebut, menyelidiki konteks pembuatan teks, serta mengungkap tindakan dan interaksi yang terjadi. Selain itu, penelitian ini akan membahas dinamika kekuasaan dan ideologi yang mempengaruhi terbentuknya wacana dalam teks tersebut.



Gambar 2. Konten “Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando” oleh Cokro TV

Fenomena *cancel culture* di era digital telah menarik perhatian sejumlah peneliti, mengingat kompleksitasnya sebagai praktik sosial yang mencerminkan relasi kuasa, kontrol sosial, dan ekspresi kolektif masyarakat terhadap figur publik. Sejumlah studi terdahulu telah mengupas fenomena ini dari berbagai perspektif teoretis dan konteks kasus.

Penelitian berjudul “*Cancel Culture sebagai Bentuk Kontrol Sosial di Twitter*” menggunakan teori kontrol sosial Hirschi untuk menunjukkan bagaimana Twitter berfungsi sebagai media utama ekspresi penolakan publik terhadap figur-figur seperti Saiful Jamil. Dalam konteks ini, *cancel culture* dipandang sebagai bentuk kontrol moral berbasis kolektif (Muharman *et al.*, 2022). Sementara itu, penelitian “*Analysis of Islamic Communication About Oxyymora Cancel Culture on Virtual Media in Indonesia*” menyoroti nilai agama dan modernitas dalam praktik *cancel culture*, serta bagaimana pendekatan komunikasi Islam dapat mengelola fenomena ini secara lebih adil. Di sini, *cancel culture* dianggap sebagai ekspresi moral religius yang dapat menciptakan lingkungan sosial yang kompleks, bahkan cenderung intoleran (Yaqinah & Antok, 2024). Penelitian lain, “*The Impact of Media in Cancel Culture Phenomenon*”, yang menggunakan teori determinisme teknologi dari McLuhan, menekankan bahwa media sosial seperti Instagram mempercepat proses dan dampak dari *cancel culture*.

Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa *cancel culture* di media sosial berpotensi menyebabkan dampak jangka panjang terhadap reputasi individu yang terlibat (Jaafar & Herna, 2024). Dari sisi psikologis, penelitian “*Fenomena Cancel Culture, Kecaman Komunikasi Verbal dan Kesehatan Mental Netizen di Instagram*” mengungkapkan dampak *cancel culture* terhadap kesehatan mental korban, seperti kecemasan, depresi, dan isolasi sosial, yang semakin diperburuk oleh fitur komentar yang anonim dan bebas (Latief, 2023a). Di sisi lain, “*Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial*” mempelajari bagaimana *cancel culture* berkembang menjadi budaya populer, dengan media sosial sebagai ruang utama pembentukan persepsi kolektif publik melalui partisipasi aktif pengguna (Mayasari, 2022). Namun, seluruh penelitian tersebut memiliki keterbatasan dalam menggali bagaimana wacana *cancel culture* dikonstruksi melalui teks digital, terutama di platform seperti YouTube, yang kini juga berfungsi sebagai ruang diskursus publik. Sebagian besar studi lebih menekankan aspek sosial, peran netizen, atau konstruksi moral publik, tanpa membahas secara mendalam bagaimana konten digital dan komentar netizen mencerminkan relasi kuasa, ideologi, serta

dinamika interaksi yang membentuk *cancel culture* itu sendiri. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan judul “*Cancel Culture dalam Industri Perfilman Indonesia: Analisis Wacana Digital Cancel Culture terhadap Abidzar dalam Konten YouTube Cokro TV*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *cancel culture* terhadap aktor Abidzar Al-Ghifari dikonstruksikan melalui konten digital dan partisipasi netizen di media sosial, terutama dalam kolom komentar video YouTube Cokro TV. Dengan fokus pada kasus spesifik di industri perfilman, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis terhadap studi komunikasi digital dan memberikan wawasan praktis bagi pelaku industri perfilman untuk memahami serta merespons dinamika budaya digital dengan lebih bijak. New media merupakan bentuk teknologi komunikasi yang memungkinkan adanya interaktivitas antar pengguna dan informasi. Denis McQuail memandang *new media* sebagai media digital yang berkembang seiring dengan kemajuan komputer dan internet, sehingga distribusinya sangat bergantung pada teknologi online (McQuail, 2020).

Sejalan dengan itu, Mike Poster juga menyatakan bahwa media baru tidak hanya menghadirkan teknologi baru, tetapi juga mengubah cara produsen dan konsumen berinteraksi. Media menjadi lebih interaktif dan tidak lagi terpusat, memungkinkan komunikasi berjalan secara dua arah (Poster, 1995). Dalam perspektif *new media*, YouTube memenuhi kriteria utama yang ditetapkan oleh McQuail, yakni interaktivitas, penggunaan personal, aksesibilitas tinggi, multimedia, dan jaringan (McQuail, 2020). Pemikiran mengenai ruang diskursus publik dapat dikaitkan dengan konsep *public sphere* yang diperkenalkan oleh Jürgen Habermas, yang menyatakan bahwa ruang ini memungkinkan individu berkumpul, berdiskusi secara rasional, dan membentuk opini publik terhadap isu-isu sosial dan politik yang relevan (Habermas, 1989). Dalam konteks komunikasi digital, ruang ini tidak lagi terbatas pada tempat fisik, melainkan hadir dalam platform digital tanpa batasan jarak dan waktu, seperti YouTube, yang memungkinkan partisipasi publik secara luas dan terbuka. Netizen adalah istilah yang terbentuk dari gabungan kata *internet* dan *citizen*, yang merujuk pada sekelompok individu yang aktif dan terlibat penuh dalam dunia maya atau virtual (Marcelina *et al.*, 2023). Di era masyarakat digital, pola

komunikasi tidak lagi bersifat linear atau terpusat, melainkan berkembang menjadi lebih interaktif, melibatkan partisipasi aktif melalui berbagai platform digital. Media sosial, blog, forum daring, dan aplikasi berbasis video kini berfungsi sebagai ruang alternatif bagi individu dan komunitas untuk menyampaikan pendapat, menunjukkan identitas, serta membangun rasa kebersamaan. Platform digital memungkinkan pembentukan ekspresi kolektif terhadap isu-isu sosial yang berkembang, dengan fitur seperti tagar, komentar, dan repost yang memungkinkan masyarakat menciptakan kesadaran bersama secara cepat dan masif. Shirky menyebut fenomena ini sebagai bentuk baru dari "organisasi tanpa organisasi", di mana koordinasi sosial tidak lagi membutuhkan struktur formal (Shirky, 2008). *Cancel culture* atau budaya pembatalan adalah fenomena penarikan dukungan terhadap seseorang yang dianggap melakukan tindakan bermasalah (Latief, 2023b). Fenomena ini dapat diartikan sebagai bentuk pengucilan oleh masyarakat luas, yang berakar pada budaya *call-out culture*, yaitu pemboikotan atau penolakan yang dilakukan oleh publik terhadap seseorang melalui media sosial (Purnamasari, 2022). *Cancel culture* berdampak pada penurunan reputasi pelaku di mata publik, pembatasan interaksi, serta dimasukkannya individu ke dalam daftar hitam dari berbagai kegiatan sosial. Untuk tokoh publik, dampak yang dihadapi termasuk penurunan karir, penarikan kerjasama, hingga petisi untuk tidak mempekerjakan atau menampilkan individu tersebut (Latief, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi wacana *cancel culture* terhadap Abidzar dalam konten Youtube Cokro TV.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Digital yang dikembangkan oleh Rodney H. Jones, yang mencakup empat elemen utama: teks, konteks, tindakan dan interaksi, serta kekuasaan dan ideologi (Jones *et al.*, 2015). Metode ini memungkinkan penelitian tidak hanya untuk menganalisis isi narasi atau komentar yang muncul, tetapi juga untuk menelusuri bagaimana wacana mengenai Abidzar dan *cancel culture* diproduksi, disebarluaskan, dan diberi makna dalam ruang publik digital. Dengan demikian, penelitian ini berfokus

pada pemahaman terhadap konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi digital dan pengaruhnya terhadap persepsi publik.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Teks dan Konteks Cancel Culture dalam Konten YouTube Cokro TV

Judul Konten

Judul konten merupakan elemen pertama yang akan dianalisis dalam penelitian ini, karena judul berperan penting dalam membentuk persepsi awal audiens terhadap isi konten. Dalam hal ini, judul konten "*Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando*" menjadi titik awal pembentukan wacana *cancel culture* yang berkembang di ruang digital, terutama dalam diskursus mengenai Abidzar Al-Ghifari dan film *A Business Proposal*.



Gambar 3. Judul Konten Cokro TV "Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando"

Judul konten "*Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar!*" mengandung unsur linguistik yang menyampaikan makna kausalitas serta penilaian terhadap perilaku individu. Kata "Gegara", yang merupakan bentuk informal dari "karena", mengindikasikan hubungan sebab-akibat, mengaitkan tindakan seseorang sebagai penyebab terjadinya peristiwa tertentu. Selanjutnya, kata "Kesombongan" berfungsi sebagai predikat yang merepresentasikan sifat negatif, yakni arogansi, yang dilekatkan pada subjek, yaitu Abidzar Al-Ghifari. Kalimat ini kemudian diikuti dengan klausa "Falcon Rugi Bandar", di mana "Falcon" mengacu pada Falcon Pictures, rumah produksi film *A Business Proposal*. Kata "Rugi" sebagai predikat menggambarkan kerugian finansial, sementara "Bandar", menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2025), berarti "tidak

mendatangkan hasil sedikit pun”, yang semakin mempertegas tingginya kerugian yang dialami. Penggunaan tanda seru (!) pada akhir kalimat memperkuat nada afirmatif dan penegasan, serta menambah ekspresi emosional pada pernyataan tersebut. Secara keseluruhan, judul ini membangun narasi bahwa tindakan arogan dari Abidzar Al-Ghifari menjadi penyebab utama kerugian besar yang dialami oleh Falcon Pictures dalam produksi film tersebut. Di sisi lain, frasa “Kupas Berita” merujuk pada salah satu segmen program dari kanal Cokro TV, yang fokus pada pembahasan isu-isu aktual di Indonesia. Penyebutan “featuring Ade Armando” menempatkan Ade Armando sebagai figur sentral atau narasumber utama dalam segmen tersebut.

Judul konten ini muncul sebagai respons terhadap kontroversi yang terjadi menjelang perilisan film *A Business Proposal* pada 6 Februari 2025. Kontroversi tersebut dipicu oleh perilaku Abidzar Al-Ghifari dalam konferensi pers dan sesi wawancara, di mana ia mengaku hanya menonton sebagian episode dari versi asli drama Korea dan memilih untuk membentuk karakter versi pribadinya sendiri. Pernyataan ini dianggap merendahkan versi asli drama tersebut dan berdampak negatif pada citra film. Hal ini berujung pada rendahnya jumlah penonton pada hari pertama tayang, yang hanya mencapai sekitar 6.000 orang meskipun diputar di sekitar 1.400 bioskop di Indonesia. Dalam konteks ini, Cokro TV menggunakan gaya bahasa yang tegas dan provokatif untuk menyampaikan kritik terhadap Abidzar, dengan pemilihan diksi seperti “Gegara” dan “Kesombongan” yang menunjukkan adanya penyudutan naratif. Ini juga mengarah pada upaya menekankan bahwa tindakan Abidzar berkontribusi pada kerugian yang dialami oleh Falcon Pictures. Cokro TV, sebagai media digital, menyebarkan narasi ini secara luas melalui platform YouTube. Hal ini sejalan dengan konsep *mass-self communication* yang diperkenalkan oleh Manuel Castells, yang menyatakan bahwa setiap individu atau organisasi dapat menyampaikan pesan atau ekspresi sosial kepada audiens secara luas dalam komunikasi digital (Castells, 2010). Dalam konteks penelitian ini, Cokro TV mengekspresikan kritik sosial terhadap Abidzar Al-Ghifari melalui pesan yang jelas dalam judul kontennya. Dengan demikian, audiens yang terpapar pesan ini kemudian terdorong untuk menyaksikan

konten dan berinteraksi dengan komentar yang menyertainya. Penggunaan bahasa yang tegas dan provokatif menunjukkan peran Cokro TV sebagai media partisipatif kolektif dalam fenomena *cancel culture* yang melibatkan Abidzar. Menurut Denis McQuail, media dapat dikategorikan sebagai *media partisipatif kolektif* jika media tersebut mampu membangun koneksi emosional dan afektif dengan audiensnya (McQuail, 2020). Koneksi emosional ini mengacu pada bagaimana Cokro TV memanfaatkan judul untuk menarik perhatian netizen dan mengajak mereka berpartisipasi dalam diskusi melalui kolom komentar. Selain itu, penggunaan judul ini juga sesuai dengan konsep Marshall McLuhan tentang “*Media adalah Pesan*” (McLuhan, 1964).

Judul konten Cokro TV menjadi media yang menarik audiens dan memengaruhi pola pikir serta tindakan masyarakat setelah mereka terpapar konten tersebut. Konteks penggunaan judul ini juga sesuai dengan teori yang diajukan oleh Rodney H. Jones mengenai analisis wacana dalam ruang digital. Menurut Jones, kehadiran sebuah teks dalam ruang digital sangat dipengaruhi oleh konteks yang ada di dunia nyata (Jones *et al.*, 2015). Penggunaan judul “*Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar!*” mencerminkan dampak nyata dari perilaku sombong Abidzar Al-Ghifari yang berdampak langsung pada kinerja film tersebut. Falcon Pictures mengalami kerugian besar, dengan film *A Business Proposal* hanya memperoleh sekitar 6.000 penonton pada hari pertama tayang di 1.400 bioskop, meskipun jumlah penonton bertambah menjadi 16.154 pada saat konten tersebut dirilis.

Thumbnail Konten

Setelah membahas judul konten, penelitian ini akan melanjutkan dengan menganalisis elemen-elemen yang terdapat dalam thumbnail dari konten “*Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando*” oleh Cokro TV.



Gambar 4. Thumbnail Konten “Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar!”

Thumbnail konten menunjukkan Abidzar Al-Ghifari dengan ekspresi wajah datar, dahi berkerut, dan tatapan meremehkan, yang menciptakan kesan arogansi. Visual tersebut mendukung pesan dalam judul yang menggambarkan kesombongan Abidzar. Cokro TV sengaja memilih ekspresi ini untuk memperkuat kritik terhadap sikap Abidzar. Selain itu, logo Falcon Pictures dengan kurva menurun di bawahnya menggambarkan kerugian finansial yang diderita oleh rumah produksi akibat kontroversi tersebut. Di samping Abidzar, thumbnail juga menampilkan tiga narasumber utama: Nur Mazayya, Egresia Salsabila, dan Ade Armando, yang memberi gambaran tentang pihak-pihak yang terlibat dalam diskusi. Pemilihan warna cerah seperti biru muda, merah muda, dan kuning menciptakan suasana ringan dan santai, yang cocok dengan nuansa hiburan dan kesan non-formal. Warna-warna ini juga menjadi ciri khas segmen "Kupas Berita" yang digunakan secara konsisten dalam setiap episode Cokro TV.

Dalam analisis visual terhadap thumbnail "*Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar!*", gambar Abidzar dengan ekspresi angkuh memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui judul. Cokro TV menampilkan ekspresi tersebut untuk mempertegas bahwa Abidzar dianggap bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh Falcon Pictures. Kehadiran logo Falcon Pictures dengan kurva menurun semakin memperjelas dampak kerugian tersebut dan mendukung framing narasi secara visual. Elemen-elemen ini dirancang untuk menarik perhatian audiens, mengingat kontroversi yang sedang hangat dibicarakan. Warna-warna cerah yang digunakan, seperti biru muda, merah muda, dan

kuning, juga mencerminkan karakter visual dari program "Kupas Berita" yang selalu konsisten di setiap episodenya. Thumbnail ini dapat dikatakan sebagai bagian dari teks, sesuai dengan pandangan James Paul Gee yang menyatakan bahwa teks bersifat dinamis (Gee, 2014). Dalam hal ini, "dinamis" merujuk pada tujuan dan konteks penggunaan yang ada. Penggunaan thumbnail dalam konten ini berfungsi untuk memperjelas peran Abidzar sebagai pelaku dan Falcon Pictures sebagai pihak yang dirugikan, serta menyampaikan pesan ini kepada audiens melalui visual. Teks yang terbentuk dari penggabungan elemen-elemen visual ini memungkinkan konten untuk dikenali secara sosial dan berfungsi sebagai sarana untuk menjalankan berbagai tindakan yang memiliki legitimasi sosial (Jones *et al.*, 2015). Dengan menggunakan gambar Abidzar yang terkesan sombong, logo Falcon Pictures dengan kurva menurun, dan tampilan tiga pembicara, Cokro TV menyusun pesan visual yang memberikan pemahaman langsung kepada netizen mengenai isu yang sedang dibahas dan pihak-pihak yang terlibat.

Isi Konten

Elemen teks terakhir yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah isi percakapan yang terdapat dalam konten "*Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando*". Peneliti akan merinci isi konten ini dalam bentuk tabel yang mencakup durasi, topik, inti pembicaraan, dan kode yang akan memudahkan peneliti dalam menjelaskan lebih lanjut tentang setiap bagian dari percakapan. Setiap topik percakapan akan diberi kode AB untuk mempermudah analisis.

Tabel 1. Isi Konten "*Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando*"

Durasi	Topik	Isi Percakapan	Kode
00.39 -01.03	Prolog	Para pembicara membahas performa buruk film <i>A Business Proposal</i> pada hari pertama penayangannya. Egresia Salsabila mengungkapkan bahwa jumlah penonton hanya sekitar 6.000 orang di seluruh Indonesia, meskipun film tersebut diputar di sekitar 1.400 bioskop. Ade Armando dan Nur Mazayya menanggapi dengan nada kaget dan menegaskan skala penurunan minat penonton sebagai hal yang signifikan.	AB-2
01.04 – 07.19	Latar Belakang Permasalahan Film " <i>A</i> "	Para pembicara mendiskusikan dugaan penyebab kegagalan film <i>A Business Proposal</i> , yang dinilai berkaitan dengan pernyataan kontroversial Abidzar Al-Ghifari sebagai aktor utama. Abidzar mengaku tidak menonton drama maupun webtoon aslinya, ingin	AB-3

	<i>Business Proposal</i>	menciptakan karakter versinya sendiri, serta menyebut fans K-drama fanatik. Selain itu, ia juga dianggap arogan dalam menanggapi kritik netizen dan haters. Netizen merespons dengan kritik keras yang mengarah pada rasisme, body shaming, dan diskriminasi latar pendidikan.	
07.20 – 12.24	Tanggapan Ade Armando terhadap Perilaku Abidzar	Pembicara menyoroti sikap arogan Abidzar yang membuat publik bingung dan memperburuk citra film <i>A Business Proposal</i> . Pernyataan Abidzar dianggap meremehkan penonton dan mengganggu proses promosi, hingga Ariel Tatum harus turun tangan sendiri untuk mempromosikan film. Netizen merespons dengan boikot, rating film turun drastis, dan muncul serangan bersifat diskriminatif. Ade Armando menilai kegagalan ini juga disebabkan oleh buruknya strategi komunikasi dan kurangnya pengarahan dari pihak Falcon Pictures kepada para aktor.	AB-4
12.25 – 21.57	Perilaku Blunder Falcon Pictures dalam Kontroversi Abidzar	Para pembicara membahas blunder Falcon Pictures dalam menangani krisis pasca-kontroversi Abidzar. Falcon merilis surat terbuka yang dianggap membela Abidzar dan menyampaikan permintaan agar publik tidak memboikot film, dengan membawa nama-nama seniman senior sebagai bentuk simpati. Pernyataan yang menekankan adaptasi dari webtoon, bukan drama Korea, juga menuai kritik karena tidak konsisten dengan realitas produksi. Penurunan drastis jumlah penonton menjadi bukti gagalnya strategi komunikasi. Ade Armando menekankan pentingnya peran humas (public relations) dalam membangun kepercayaan penonton, dan mengkritik pernyataan Abidzar yang meremehkan publik sebagai bentuk kesombongan yang merugikan perusahaan.	AB-5
21.58 – 27.18	Pembahasan Seputar <i>Cancel Culture</i>	Para pembicara membahas fenomena <i>cancel culture</i> dalam konteks kasus Abidzar Al-Ghifari. Nur Mazayya menjelaskan bahwa budaya <i>cancel culture</i> awalnya populer di Korea, di mana kesalahan kecil publik figur dapat langsung memicu boikot massal. Fenomena ini kemudian diadopsi oleh penggemar K-Drama di Indonesia dan mulai diterapkan dalam kasus-kasus serupa, termasuk terhadap Abidzar. Namun, di Indonesia sendiri <i>cancel culture</i> cenderung tidak konsisten, karena banyak figur publik yang tetap mendapat tempat meskipun memiliki kontroversi. Ade Armando menekankan bahwa kesalahan Abidzar bukanlah pelanggaran hukum, melainkan bentuk penghinaan terhadap penonton yang seharusnya didukung, sehingga berdampak langsung pada kegagalan film secara komersial. Ia menyoroti bahwa <i>cancel culture</i> memiliki dua sisi: positif sebagai bentuk kontrol sosial yang menuntut tanggung jawab publik figur, namun juga negatif ketika digunakan untuk membungkam pendapat atau keyakinan yang sah. Kesimpulannya, <i>cancel culture</i> merupakan bentuk perilaku kolektif masyarakat global yang tidak bisa sepenuhnya dikendalikan, namun perlu disikapi secara bijak agar tidak merugikan secara tidak proporsional.	AB-6

Dalam transkrip isi konten “*Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando*” di atas, peneliti menemukan wacana *cancel culture* yang terkait dengan Abidzar Al-Ghifari dibahas pada kode AB-7. Para pembicara dalam konten ini memulai pembahasan dengan menyebutkan bahwa fenomena yang menimpa Abidzar dan Falcon Pictures adalah *cancel culture*, yang kemudian dijelaskan dalam percakapan pada kode AB-2 hingga AB-6. Mereka juga mengaitkan fenomena ini dengan kejadian serupa di Korea, di mana seseorang yang melakukan tindakan yang tidak disukai publik langsung diboikot. Namun, mereka menyatakan bahwa di Indonesia, *cancel culture* cenderung sulit diterapkan, meskipun fenomena ini semakin populer dan figur publik yang terlibat masih mendapat undangan untuk tampil di berbagai kesempatan. Lebih lanjut, mereka mengaitkan fenomena ini dengan kasus Jefri Nichol, yang telah melakukan beberapa kesalahan besar namun tidak terpengaruh oleh *cancel culture*. Ade Armando, sebagai narasumber, memberikan respons dengan membandingkan kasus Abidzar dengan kasus Ariel Noah, yang melakukan tindakan asusila dan masuk penjara. Meskipun setelah keluar dari penjara Ariel tidak mengalami *cancel culture*, meskipun banyak masyarakat Indonesia yang tidak bisa menerima tindakan tersebut, Ade Armando menilai bahwa kesalahan Abidzar adalah hal yang relatif lebih kecil dan tidak separah kesalahan yang dilakukan oleh Ariel.

Namun, ia menambahkan bahwa kesalahan Abidzar tetap fatal karena menyentuh pasar film *A Business Proposal*, yang merupakan penggemar setia versi asli *Business Proposal*. Ade Armando kemudian menguraikan dua sisi dari *cancel culture* yang menimpa Abidzar. Dari sisi positif, ia melihat *cancel culture* sebagai alat untuk mengontrol perilaku publik figur agar tidak melakukan kesalahan fatal, yang dapat berdampak buruk pada industri, seperti film atau musik. Sebagai seorang seniman, Abidzar seharusnya lebih berhati-hati dalam menjaga sikapnya. Di sisi negatif, Ade Armando mengingatkan bahwa *cancel culture* dapat terjadi karena seseorang membela sesuatu yang diyakini, dan hal tersebut dapat berbahaya bagi karir seseorang. Ia menambahkan bahwa Abidzar tidak membela sesuatu yang ia yakini, sesuai dengan topik yang dibahas pada kode AB-2 hingga AB-6. Selain itu, para pembicara bertanya

tentang kelayakan *cancel culture* diterapkan di Indonesia. Ade Armando menyatakan bahwa ketika *cancel culture* terjadi, hal tersebut sudah menjadi keputusan kolektif masyarakat yang tidak bisa diganggu gugat. Namun, ia juga mengingatkan agar *cancel culture* hanya diterapkan pada masalah yang substansial. Sebagai contoh, pernyataan kontroversial Abidzar, meskipun tidak mengandung unsur asusila, tidak seharusnya berujung pada *cancel culture* kecuali jika ia melakukan tindakan yang lebih berat dan terkonfirmasi. Ade Armando juga menambahkan bahwa fenomena *cancel culture* terjadi di mana-mana, seperti di Amerika Serikat terkait konflik Palestina dan Israel, di mana *cancel culture* sangat terasa. Pada topik AB-6, para pembicara mengkritik Falcon Pictures yang dianggap melakukan blunder. Mereka menyebutkan bahwa setelah kontroversi Abidzar semakin viral, Falcon Pictures merilis surat terbuka yang berisi permohonan maaf kepada publik. Namun, di sisi lain, rumah produksi ini terlihat membela para pemeran film dengan menyatakan bahwa sekitar 100 kru dan 20 seniman muda, bersama 3 seniman senior, telah bekerja dengan baik. Pembicara juga menambahkan bahwa Falcon Pictures tidak konsisten dengan menyatakan bahwa film *A Business Proposal* diadaptasi dari webtoon, yang kemudian divalidasi oleh Caitlin Halderman, salah satu pemeran utama lainnya. Ade Armando menyatakan bahwa kesalahan Abidzar lebih disebabkan oleh kurangnya pengarahan dari pihak Falcon Pictures.

Ia menilai bahwa Abidzar seharusnya diberikan arahan untuk menjawab pertanyaan dengan cara yang konsisten, dan bahwa Abidzar kurang menjaga hubungan baik dengan penonton. Ade Armando membuat analogi dengan pedagang buah yang memiliki produk berkualitas baik, namun menghina pelanggan. Dengan cara tersebut, pelanggan justru akan menjauhi produk tersebut. Berdasarkan penjelasan mengenai *cancel culture* ini, peneliti menemukan bahwa Ade Armando setuju dan tidak setuju pada saat yang bersamaan mengenai fenomena *cancel culture* yang menimpa Abidzar. Ia setuju dengan penggunaan *cancel culture* sebagai alat untuk mengontrol perilaku publik figur, namun tidak sepenuhnya membenarkan penerapannya pada Abidzar, karena ia menganggap kesalahan Abidzar tidak separah pelanggaran yang lebih besar, seperti pelecehan atau kejahatan serius lainnya.

Ia juga menyarankan agar masyarakat lebih objektif dalam menilai suatu permasalahan dan menyarankan untuk menyaksikan film terlebih dahulu sebelum melakukan tindakan seperti *cancel culture*. Namun, Ade Armando juga mengakui bahwa fenomena ini tidak dapat dihentikan begitu saja, karena *cancel culture* adalah bentuk perilaku kolektif masyarakat. Ketika satu orang memutuskan untuk memboikot sesuatu, maka orang lain cenderung mengikuti dengan cepat. Hal ini sesuai dengan pandangan Eve Ng yang menyatakan bahwa *cancel culture* dapat berfungsi sebagai kontrol sosial alternatif namun juga dapat melampaui batas dan merusak demokrasi diskursif (Ng, 2022). Nierman dan Sachs (2023) juga berpendapat bahwa *cancel culture* bisa menjadi "pisau bermata dua" yang menghukum perilaku tidak etis seseorang, namun juga merusak reputasi dan karir secara berlebihan. Dalam hal ini, *cancel culture* terhadap Abidzar menggambarkan bentuk kontrol sosial yang

berfungsi untuk menegakkan akuntabilitas, namun juga berisiko merusak citra publik yang tidak sesuai dengan konteks dan intensitas kesalahan yang dilakukan.

Tindakan dan Interaksi Netizen dalam Konten YouTube Cokro TV

Dalam menganalisis elemen tindakan dan interaksi, penelitian ini mengkategorikan komentar pada konten "*Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando*" berdasarkan sikap netizen, yaitu setuju, tidak setuju, atau netral terhadap wacana *cancel culture* yang diangkat dalam konten tersebut. Peneliti menyajikan analisis ini dalam bentuk tabel yang mencakup isi komentar, kategori sikap, dan kode untuk setiap komentar yang memudahkan pemetaan reaksi netizen.

Tabel 2. Komentar Netizen Mengenai Konten "Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando"

Komentar	Kategori	Kode
"Jefri Nichole dan Ariel Noah melakukan kesalahan untuk dirinya sendiri. Sedangkan Abidzar ini kesalahannya malah nantangin orang yg harusnya nonton filmnya. Jelas beda, bahkan perkataan Abidzar ini ya ga bisa dibilang kesalahan sederhana. Pada akhirnya bukan dia sendiri yg rugi, tapi merugikan banyak orang. Ga habis pikir emang, gimana seorang aktor kok bisa angkuh seperti itu, berasa udah wow banget ga butuh penonton. Tercapai kan cita-citanya ga butuh penonton."	Setuju	KI-1
"Awalnya kupikir Abijer ini sengaja nyari masalah biar naikin engagement untuk filmnya, makanya dari awal gak ditegur kan sama PH atau bahkan aktor lainnya. Tapi masalahnya dia blunder kelewatan sampe nyerang fans dan minta maafnya telat. Padahal sebelumnya juga Ariel Tatum udah berusaha perbaiki keadaan, eh dia malah nambah masalah lagi. Orang udah keburu kesel duluan, bahkan sampe ada seruan boikot dan larangan nonton, bahkan sekarang aja rating filmnya udh dibombardir bintang 1. Kredibilitas ^a PH pun jadi patut dipertanyakan, masa dia gak mantau media promosi untuk filmnya, setidaknya peringatkan aktornya kalo udah kelewatan"	Setuju	KI-2
"Salah nya dimana dari pada nonton film koreang mendung nonton film karya anak bangsa sendiri"	Tidak Setuju	KI-3
"Ayahnya meninggal saat dia kecil. Dia Anak cowok sendiri di keluarga. Berhenti sekolah buat bantu ibunya cari nafkah. Selain itu mmg dia ga betah duduk mendengarkan di sekolah. Keputusan itu pun ibunya tentang. Sedih banget komenan netizen. Itu keputusan yg mulia loh netizen. dibanding kalian yg sekolah lebih dari dia tapi rasis menghina & menghujat."	Netral	KI-4
"gua ga benci orangnya sih. tapi memang sudah seharusnya CANCEL CULTURE sudah mulai diterapkan di Indonesia. Biar ga ada lagi public figure yang seenaknya sendiri dalam bersikap"	Setuju	KI-5

“Cancel culture itu perlu, untuk menyaring tokoh public/public figure yang layak Setuju KI-6 dikasih panggung. Karena mereka punya power untuk menginfluence pengikutnya. Takutnya malah dijadiin panutan a atas Bad Attitude/ Penyimpangan yg dilakukan”

Pada komentar KI-1 yang ditulis oleh @AlainaPutri45, peneliti mengkategorikan komentar ini sebagai bagian dari kelompok yang setuju dengan isi konten tersebut. Hal ini dibuktikan dengan referensi pada topik AB-6, di mana Ade Armando menekankan bahwa Abidzar seharusnya tidak menghina masyarakat, mengingat mereka adalah penonton yang diharapkan hadir untuk menyaksikan film *A Business Proposal*. Selain itu, dalam komentar KI-1, audiens ini juga menanggapi dengan ketidaksetujuan terhadap pandangan yang menganggap kontroversi yang dilakukan Abidzar sebagai masalah kecil, sesuai dengan pernyataan Ade Armando dalam topik AB-7 yang menyebutkan bahwa masalah ini seharusnya dianggap sederhana. Komentar tersebut mendapatkan 12 likes dari netizen dan juga memicu interaksi lebih lanjut dari dua netizen lainnya, yang dapat dilihat dalam balasan berikut.



Gambar 5. Interaksi Balasan pada Komentar KI-1

Pada interaksi balasan terhadap komentar KI-1, akun YouTube dengan username @yongkyslaw6597 memberikan validasi terhadap komentar tersebut dengan menyatakan bahwa karir Abidzar akan "mati" karena perilakunya, yang ia samakan dengan aktor Hollywood Shia LaBeouf. Kata "mati" di sini digunakan secara sarkastik, yang bermakna "selesai" atau "tidak dapat berlanjut sebagaimana mestinya". Selanjutnya, akun @reisnow80 kurang setuju dengan pernyataan @AlainaPutri45 terkait Jefri Nichol. Ia menyebutkan bahwa Jefri Nichol sempat terlibat dalam beberapa masalah, seperti doxing dan merendahkan perempuan di platform Twitter (X),

yang tidak merugikan dirinya secara langsung. Komentar @reisnow80 ini kemudian mendapat tanggapan dari @AlainaPutri45 yang mengoreksi konteks permasalahan Jefri Nichol, menyatakan bahwa yang dimaksudkan dalam konten tersebut adalah kasus narkoba yang melibatkan Jefri Nichol. Selanjutnya, pada komentar KI-2 yang ditulis oleh @vzbembem6130, peneliti mengkategorikan komentar ini sebagai setuju dengan isi konten tersebut. Komentar ini merujuk pada topik AB-3 dan AB-4, di mana Egresia Salsabila dan Nur Mazayya menjelaskan latar belakang masalah film *A Business Proposal* kepada Ade Armando pada AB-3, yang kemudian mendapat tanggapan dari Ade Armando pada AB-4. Selain itu, komentar ini juga mengacu pada topik AB-5, di mana Nur Mazayya memaparkan kesalahan Falcon Pictures dalam penanganan kontroversi ini.

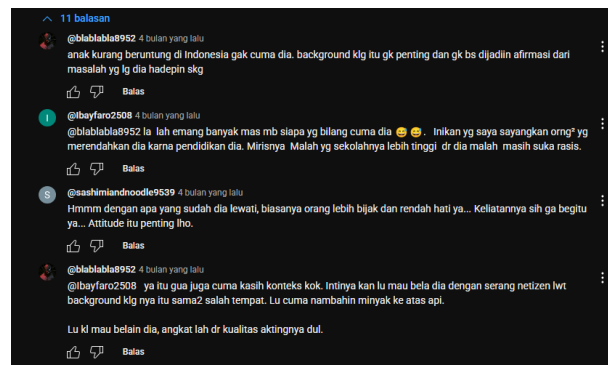
Peneliti menilai komentar @vzbembem6130 secara tidak langsung mendukung konten, karena akun tersebut lebih menekankan pada kredibilitas Falcon Pictures sebagai rumah produksi film *A Business Proposal* yang dinilai kurang dalam mengatur dan mengontrol perilaku para pemeran. Akun ini juga menanggapi kesalahan Abidzar dan Falcon Pictures yang terlambat dalam mengeluarkan permohonan maaf. Komentar ini kemudian memperoleh 47 likes dari netizen lainnya dan tidak menerima balasan interaksi lebih lanjut. Selanjutnya, pada komentar KI-3 yang ditulis oleh akun @HamidiDidy-06y, peneliti mengkategorikan komentar ini sebagai tidak setuju dengan isi konten tersebut. Akun @HamidiDidy-06y berpendapat bahwa tidak ada salahnya menonton film karya anak bangsa, seperti *A Business Proposal*, dibandingkan dengan menonton film Korea *Business Proposal*. Komentar ini tidak menekankan pada isu utama konten, melainkan lebih berfokus pada preferensi netizen terhadap film dari Korea dibandingkan film Indonesia. Komentar ini tidak memperoleh likes dari netizen, namun mendapatkan beberapa interaksi balasan yang akan dibahas selanjutnya.



Gambar 6. Interaksi Balasan pada Komentar KI-3

Pada interaksi balasan terhadap komentar KI-3, akun dengan username @FirstNona menyanggah pernyataan @HamidiDidy-06y dengan menyatakan bahwa film *A Business Proposal* bukanlah karya anak bangsa. Sanggahan tersebut merujuk pada versi asli film ini, yaitu serial drama *Business Proposal* yang merupakan karya Korea. Oleh karena itu, menurut @FirstNona, film *A Business Proposal* tidak dapat dikategorikan sebagai karya anak bangsa karena film ini adalah remake atau adaptasi dari karya asing. Selanjutnya, pada komentar KI-4 yang ditulis oleh akun @Ibayfaro2508, peneliti mengkategorikan komentar ini sebagai netral terhadap isi konten. Komentar KI-4 tidak langsung membahas fenomena *cancel culture*, melainkan lebih berfokus pada isu rasisme yang dialami Abidzar, yang dibahas pada topik AB-4. Dalam topik tersebut, Ade Armando menyatakan ketidaksetujuannya terhadap tindakan netizen yang membawa-bawa isu rasial dan latar belakang pendidikan Abidzar dalam hujatan mereka.

Komentar KI-4 menyetujui pendapat tersebut, dengan menyebutkan latar belakang Abidzar yang putus sekolah setelah ayahnya (Alm. Ustadz Jefri Al-Buchori) meninggal ketika Abidzar masih kecil dan keinginannya untuk membantu ibunya mencari nafkah. Komentar ini juga menyebutkan bahwa Abidzar merupakan satu-satunya anak laki-laki di antara empat bersaudara. Mengenai keputusan Abidzar untuk mengambil paket C, yang dibahas pada topik AB-3, dijelaskan bahwa Abidzar merasa tidak betah di bangku sekolah, dan keputusan tersebut sempat ditentang oleh ibunya, Umi Pipik. Akun @Ibayfaro2508 menganggap keputusan Abidzar untuk membantu ibunya sebagai keputusan yang mulia, dan ia membandingkannya dengan netizen yang memiliki pendidikan lebih tinggi namun memilih untuk bersikap rasis dan menghina. Komentar ini memperoleh 1 like dan memicu 11 interaksi balasan. Peneliti mencatat bahwa terjadi perdebatan dalam komentar tersebut, yang akan dibahas lebih lanjut dalam interaksi berikutnya.



Gambar 7. Interaksi Balasan pada Komentar KI-4

Pada interaksi balasan terhadap komentar KI-4 di atas, akun @blablabla8952 menyanggah dengan menyatakan bahwa tidak hanya Abidzar yang berasal dari latar belakang keluarga yang kurang beruntung di Indonesia. Akun tersebut berpendapat bahwa latar belakang keluarga tidak seharusnya dijadikan alasan atau pembenaran atas permasalahan yang dialami seseorang. Menanggapi hal ini, @Ibayfaro2508 menjelaskan bahwa ia tidak pernah mengatakan bahwa hanya Abidzar yang merupakan anak kurang beruntung di Indonesia. Komentar tersebut lebih menekankan pada penyesalan terhadap netizen yang merendahkan Abidzar berdasarkan latar belakang pendidikannya.

Selanjutnya, komentar ini juga mendapat tanggapan dari akun @sashimiandnoodle9539, yang menyatakan bahwa dengan latar belakang seperti itu, Abidzar seharusnya lebih dapat menjaga sikap dan menjadi lebih rendah hati. Hal ini bertolak belakang dengan sikap Abidzar yang, menurut komentar tersebut, tidak menunjukkan sikap rendah hati, sebagaimana yang dibahas dalam topik AB-3 terkait latar belakang permasalahan. Kemudian, balasan dari @Ibayfaro2508 mendapat tanggapan lanjutan dari akun @blablabla8592, yang mengklarifikasi bahwa komentar sebelumnya merujuk pada konteks yang diberikan dalam komentar KI-4. @blablabla8592 juga mempertegas bahwa @Ibayfaro2508 salah tempat dalam membela Abidzar dengan membawa latar belakang keluarganya, dan ia menganggap pembelaan tersebut tidak relevan dengan sikap Abidzar. Akun ini juga menyarankan agar Abidzar dibandingkan dengan Dul Jaelani dalam hal aktingnya. Perdebatan ini kemudian berlanjut lebih jauh.



Gambar 8. Lanjutan Interaksi Balasan pada Komentar KI-4

Pada interaksi balasan terhadap komentar KI-4, akun @blablabla8952 menyanggah pendapat @HamidiDidy-06y dengan menyatakan bahwa tidak hanya Abidzar yang berasal dari latar belakang keluarga yang kurang beruntung di Indonesia. Akun tersebut berpendapat bahwa latar belakang keluarga tidak bisa dijadikan alasan atau pembenaran atas permasalahan yang dihadapi seseorang. Sebagai tanggapan, @Ibayfaro2508 menjelaskan bahwa ia tidak menyatakan bahwa hanya Abidzar yang berasal dari latar belakang keluarga yang kurang beruntung di Indonesia. Komentar tersebut lebih menekankan pada penyesalan terhadap netizen yang merendahkan Abidzar berdasarkan latar belakang pendidikannya. Komentar ini kemudian mendapat tanggapan dari @sashimiandnoodle9539, yang berpendapat bahwa dengan latar belakang tersebut, Abidzar seharusnya lebih bisa menjaga sikap dan menjadi lebih rendah hati. Hal ini bertentangan dengan sikap Abidzar, yang menurutnya tidak menunjukkan sikap rendah hati, sebagaimana yang dibahas pada topik AB-3 terkait latar belakang permasalahan tersebut. Balasan dari @Ibayfaro2508 kembali mendapatkan tanggapan dari @blablabla8952, yang menegaskan bahwa pembelaan @Ibayfaro2508 terhadap Abidzar dengan membawa latar belakang keluarganya tidak relevan dan tidak sesuai dengan sikap yang ditunjukkan Abidzar. Akun ini juga menyarankan agar Abidzar dibandingkan dengan Dul Jaelani dalam hal akting. Perdebatan ini berlanjut lebih jauh. Selanjutnya, pada komentar KI-5 yang ditulis oleh @muhammadhaikal3716, peneliti mengkategorikan komentar ini sebagai setuju dengan isi konten. Komentar KI-5 merujuk pada topik AB-7 yang menyebutkan public figure yang pernah bermasalah,

seperti Ariel Noah dan Jefri Nichol. Akun tersebut memberikan disclaimer bahwa ia tidak membenci Abidzar karena kontroversi ini, tetapi secara keseluruhan ia setuju dengan penerapan *cancel culture* di Indonesia. Menurutnya, hal ini perlu diterapkan agar tidak ada lagi public figure yang bersikap sembarangan. Komentar ini sesuai dengan pandangan Ade Armando tentang sisi positif *cancel culture* yang dapat mengontrol perilaku seseorang. Komentar ini mendapatkan 5 likes dan tidak ada interaksi lanjutan. Komentar terakhir adalah KI-6 yang ditulis oleh @deepdarkeu, yang juga mengungkapkan pendapat serupa mengenai *cancel culture*, mirip dengan komentar KI-5. Akun ini menegaskan bahwa public figure atau influencer memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pengikutnya, sehingga mereka dapat memberikan pengaruh buruk jika melakukan perilaku yang tidak etis. Komentar ini mendapatkan 38 likes dan tidak menerima balasan interaksi lebih lanjut.

Berdasarkan analisis tindakan dan interaksi di atas, peneliti menemukan bahwa empat komentar mendukung wacana *cancel culture* yang dipaparkan oleh Ade Armando dalam konten tersebut. Dua komentar menyetujui bahwa Abidzar harus dikenakan *cancel culture*, sementara dua komentar lainnya setuju bahwa *cancel culture* harus diterapkan secara merata kepada public figure yang bermasalah. Selain itu, satu komentar tidak setuju dengan *cancel culture* terhadap film *A Business Proposal*, karena menganggap tidak ada salahnya menonton film tersebut sebagai karya anak bangsa. Sementara itu, satu komentar menunjukkan sikap netral, dengan setuju pada tanggapan Ade Armando terkait rasisme yang dialami Abidzar, dan mengkritik sikap Abidzar terhadap netizen. Kolom komentar yang diisi oleh netizen ini menciptakan ruang diskursus publik di platform YouTube. Terdapat berbagai reaksi netizen, mulai dari yang setuju, tidak setuju, hingga yang netral terhadap wacana *cancel culture* dalam konten tersebut. Konsep *public sphere* yang diajukan oleh Jürgen Habermas menyatakan bahwa ruang diskursus publik adalah tempat di mana publik berkumpul untuk berdiskusi secara rasional dan membentuk opini publik mengenai isu-isu sosial dan politik yang relevan (Habermas, 1989). Dalam konteks penelitian ini, konten *Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando* di YouTube menciptakan ruang diskursus baru bagi netizen untuk berinteraksi dan

memberikan opini mengenai fenomena *cancel culture*. Jones (2015) menyatakan bahwa interaksi ini terjadi ketika teks, seperti konten YouTube, mendorong respons dan keterlibatan dari orang lain melalui komentar, balasan, atau modifikasi konten. Konsep ini selaras dengan ide *organisasi tanpa organisasi* menurut Shirky, yang menyatakan bahwa diskusi tidak lagi membutuhkan struktur formal (Shirky, 2008). Netizen bebas untuk berpendapat dan menyampaikan opini mereka tanpa harus terikat pada status atau jabatan tertentu. Selain itu, identitas netizen dalam berinteraksi di dunia digital tetap aman, karena mereka dapat mengekspresikan diri secara bebas (Angga *et al.*, 2023). Dalam konteks ini, komentar-komentar yang setuju dengan *cancel culture* dapat saling terkoneksi, menciptakan komunitas digital yang terikat secara emosional dalam merespons isu sosial, sebagaimana dijelaskan oleh Papacharissi (2015) dalam konsep *affective publics*. Komunitas ini terbentuk karena adanya kesamaan pandangan mengenai *cancel culture*, yang kemudian diperkuat dengan adanya likes dan interaksi lainnya dari netizen yang setuju dengan pendapat yang sama.

Kekuasaan dan Ideologi Cancel Culture dalam Konten YouTube Cokro TV

Dimensi terakhir yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah dimensi kekuasaan dan ideologi yang terdapat dalam fenomena *cancel culture* pada konten "Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando". Jones (2015) mengungkapkan bahwa elemen kekuasaan dan ideologi menyoroti peran teks dalam proses dominasi dan kontrol sosial, serta bagaimana teks digunakan untuk membentuk dan mereproduksi konstruksi realitas tertentu yang berpihak pada kepentingan ideologis tertentu. Dalam hal ini, konten yang diproduksi oleh Cokro TV menghadirkan narasi yang tidak secara eksplisit mendukung atau menolak fenomena *cancel culture*. Sebaliknya, narasi tersebut menyuguhkan perspektif yang lebih berimbang, di mana *cancel culture* diposisikan sebagai fenomena sosial yang memiliki dua sisi: pertama, sebagai bentuk kontrol sosial, dan kedua, sebagai pembungkaman yang dapat berisiko merusak ruang diskursus publik (Eve, 2022). Ade Armando, sebagai narasumber utama, memaparkan dalam topik AB-7 bahwa *cancel culture* merupakan hasil dari perubahan pola komunikasi digital. Ia mengakui bahwa netizen

memiliki kekuasaan untuk mengarahkan dan mempengaruhi opini publik, tetapi ia juga menyampaikan kekhawatirannya terkait potensi *cancel culture* yang destruktif. Ade Armando menyoroti bahwa publik kini dapat dengan cepat menghukum figur publik tanpa proses klarifikasi yang memadai. Fenomena ini mencerminkan adanya ideologi demokrasi digital yang semakin kuat, namun di sisi lain, dominasi opini mayoritas dapat mematikan ruang perbedaan. Hal ini sesuai dengan pandangan Nierman dan Sachs (2023) yang menggambarkan *cancel culture* sebagai "pisau bermata dua" dapat berfungsi untuk mengontrol perilaku, tetapi juga berpotensi merusak karier dan reputasi secara berlebihan. Dari sisi komentar netizen, tampak bahwa wacana *cancel culture* yang dipaparkan oleh Ade Armando mendapat resonansi yang kuat. Banyak komentar yang menyuarakan ketidakpuasan terhadap sikap Abidzar dan menganggap *boikot* sebagai bentuk keadilan sosial. Sesuai dengan konsep *affective publics* yang dikemukakan oleh Papacharissi (2015), komentar-komentar ini timbul karena adanya koneksi emosional antar netizen yang merespons peristiwa tersebut. Namun, tidak semua komentar mendukung secara mutlak; beberapa juga mempertanyakan efektivitas dan etika dari *cancel culture*. Hal ini menunjukkan bahwa dalam praktiknya, ruang digital menjadi area negosiasi ideologis di satu sisi ada dorongan moral kolektif untuk menegakkan tanggung jawab figur publik, namun di sisi lain ada kesadaran akan pentingnya ruang untuk maaf dan pemulihan. Ekspresi digital ini, menurut Fuchs (2014), merupakan bagian dari praktik kultural yang terus berkembang. Dengan demikian, kekuasaan dalam konteks ini tidak hanya dimiliki oleh media atau individu yang berpengaruh, tetapi juga oleh publik yang saling terhubung melalui interaksi digital. Ideologi *cancel culture* sebagai "pisau bermata dua" mencerminkan kombinasi antara tuntutan moral, hak untuk berekspresi, dan ketegangan antara keadilan sosial serta pembungkaman suara (Nierman & Sachs, 2023). Dalam hal ini, Cokro TV berperan sebagai fasilitator diskursus, bukan sebagai penggerak utama *cancel culture*.

Pembahasan

Fenomena *cancel culture* yang terjadi dalam konten YouTube "Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando" menggambarkan kompleksitas interaksi digital yang

muncul setelah kontroversi yang melibatkan aktor Abidzar Al-Ghifari. Kontroversi tersebut bermula dari pernyataan Abidzar dalam sebuah konferensi pers, di mana ia mengaku hanya menonton sebagian dari drama Korea aslinya, *A Business Proposal*, dan memilih untuk membentuk karakter versinya sendiri. Pernyataan ini memicu reaksi negatif dari masyarakat, yang menganggapnya meremehkan karya asli dan merusak citra film yang diadaptasi. Hal ini mengarah pada fenomena *cancel culture*, di mana netizen di media sosial menggagas boikot terhadap Abidzar dan film tersebut, meskipun ia sudah meminta maaf secara terbuka. Sebagai hasilnya, film tersebut hanya memperoleh sedikit penonton pada hari pertama penayangannya, sekitar 6.000 orang, dengan rating IMDb yang sangat rendah, yakni 1/10. Melalui analisis wacana digital, peneliti menemukan bahwa konten Cokro TV menyampaikan narasi yang cukup tegas dan provokatif. Judul seperti "Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar!" menggunakan bahasa yang mengarah pada penilaian moral terhadap Abidzar, yang dianggap sebagai penyebab kerugian yang dialami oleh Falcon Pictures.

Hal ini menggambarkan bagaimana media digital, dalam hal ini Cokro TV, berperan dalam membentuk opini publik dan menyebarkan kritik sosial dengan cara yang cepat dan masif, sesuai dengan konsep *mass-self communication* yang dikemukakan oleh Castells (2010). Media digital memungkinkan individu maupun organisasi untuk mengomunikasikan ekspresi sosial mereka kepada khalayak yang lebih luas, menciptakan diskursus publik yang dinamis. Ade Armando, yang menjadi narasumber utama dalam konten tersebut, memaparkan dua sisi dari *cancel culture*. Di satu sisi, ia mengakui bahwa *cancel culture* bisa berfungsi sebagai bentuk kontrol sosial yang dapat mengingatkan figur publik tentang tanggung jawab mereka terhadap masyarakat, terutama dalam konteks digital di mana informasi menyebar dengan sangat cepat. Namun, di sisi lain, ia juga menyampaikan kekhawatirannya bahwa *cancel culture* bisa merugikan individu secara berlebihan, terutama ketika tidak ada proses klarifikasi yang memadai, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Nierman dan Sachs (2023). Mereka menyebut *cancel culture* sebagai "pisau bermata dua" yang dapat menghukum perilaku tidak etis seseorang tetapi juga bisa merusak karier dan reputasi secara proporsional.

Penekanan ini selaras dengan pandangan Jones (2015) yang menyatakan bahwa teks dalam ruang digital, seperti yang ditemukan dalam konten Cokro TV, sangat dipengaruhi oleh konteks sosial dan ideologi yang ada, serta dapat memperkuat kekuasaan dalam proses diskursus sosial. Dari sisi netizen, komentar-komentar yang muncul di kolom komentar konten tersebut menunjukkan beragam pandangan. Beberapa netizen menyetujui *cancel culture* sebagai bentuk keadilan sosial yang layak diterima oleh Abidzar karena sikap arogannya, sementara yang lainnya mempertanyakan keefektifan dan etika dari *cancel culture*, mengingat pernyataan Abidzar dianggap sebagai kesalahan yang seharusnya bisa dimaafkan. Menurut Papacharissi (2015), fenomena ini mencerminkan adanya koneksi emosional yang kuat antar netizen dalam merespons isu sosial yang berkembang. Hal ini menunjukkan bahwa ruang digital menjadi arena untuk negosiasi ideologis, di mana netizen saling bertukar pendapat mengenai seberapa jauh *cancel culture* dapat diterima sebagai bentuk keadilan sosial.

Secara keseluruhan, fenomena *cancel culture* yang terjadi dalam kasus ini menunjukkan bagaimana media digital berfungsi sebagai ruang diskursus publik yang memungkinkan partisipasi aktif dari masyarakat. Di satu sisi, *cancel culture* dapat berfungsi sebagai bentuk kontrol sosial yang mengingatkan figur publik akan tanggung jawab mereka, namun di sisi lain, ia juga dapat melampaui batas dan merusak ruang diskusi yang seharusnya terbuka bagi semua pihak. Penelitian ini menyarankan perlunya pendekatan yang lebih bijak dalam menanggapi fenomena *cancel culture*, dengan memberikan ruang untuk klarifikasi, maaf, dan pemulihan bagi individu yang terlibat dalam kontroversi. Hal ini selaras dengan pandangan Fuchs (2014), yang menyatakan bahwa ekspresi digital dapat menjadi bagian dari praktik kultural yang terus berkembang, mencerminkan dinamika antara moral kolektif dan kebebasan individu di ruang publik digital.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis terhadap konten YouTube "Gegara Kesombongan Abidzar, Falcon Rugi Bandar! featuring Ade Armando" oleh Cokro TV, penelitian

ini menyimpulkan bahwa wacana *cancel culture* yang menimpa Abidzar Al-Ghifari dibentuk melalui dimensi teks, interaksi, serta kekuasaan dan ideologi yang saling berhubungan. Secara tekstual, media menggunakan diksi yang memberi penilaian negatif terhadap Abidzar, khususnya dengan kata-kata seperti “kesombongan” dan “rugi”, yang mengarahkan persepsi publik pada kesalahan pribadi Abidzar. Namun, wacana tersebut juga menggambarkan ambivalensi terhadap *cancel culture* sebagai fenomena sosial, yang dapat berfungsi sebagai kontrol terhadap figur publik atau bahkan sebagai bentuk pembungkaman yang merugikan pihak yang bersangkutan. Interaksi netizen di kolom komentar menunjukkan adanya dinamika dalam merespons narasi yang dibangun oleh Cokro TV, memperlihatkan ruang digital sebagai arena negosiasi makna yang lebih luas. Sebagian netizen menyetujui wacana tersebut, sementara yang lainnya mempertanyakan etika dan dampak dari *cancel culture*, sehingga menunjukkan ketegangan antara moral kolektif dan kebebasan individu. Kekuasaan dalam diskursus digital bersifat tersebar, di mana baik media maupun pengguna memiliki peran dalam membentuk makna dan memberi dampak pada opini publik, dengan merujuk pada ideologi moral yang berkembang. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya etika dalam representasi media, khususnya dalam menggambarkan figur publik secara lebih proporsional dan reflektif. Public figure, dalam hal ini Abidzar, dihadapkan pada tanggung jawab komunikasi digital yang lebih besar, yang sifatnya terbuka dan partisipatif, sehingga mereka perlu lebih peka terhadap konsekuensi dari tindakan mereka dalam ruang digital. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan data dengan memperhatikan faktor viralitas dan algoritma distribusi, serta melakukan analisis lintas platform, guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang mekanisme pembentukan makna dan hubungan kuasa dalam lanskap digital yang terus berkembang.

5. Daftar Pustaka

- Angga, S., Poa, A. A., & Rikardus, F. (2023). Etika Komunikasi Netizen Indonesia di Media Sosial sebagai Ruang Demokrasi dalam Telaah Ruang Publik Jurgen Habermas. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 384-393. <https://doi.org/10.23887/jfi.v6i3.59229>.
- Castells, M. (2011). *The rise of the network society*. John wiley & sons.
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction*.
- Gee, J. P. (2014). *An introduction to discourse analysis: Theory and method*. routledge.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.
- Jaafar, G. B., & Herna, H. (2023). The impact of media in cancel culture phenomenon. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(2), 382-390. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i2.893>.
- Jones, R. H., Chik, A., & Hafner, C. A. (2015). *Discourse and Digital Practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age* (1st ed.). Routledge.
- Latief, R. (2023). FENOMENA CANCEL CULTURE, KECAMAN KOMUNIKASI, DAN KESEHATAN MENTAL NETIZEN DI INSTAGRAM. *AL-IRSYAD AL-NAFS: JURNAL BIMBINGAN DAN PENYULUHAN ISLAM*, 10(1), 72-86.
- Marcelina, I., Odelia, A., & Nugraha, A. R. (2023, November). Analisis Perubahan Perilaku Netizen Terhadap Perkembangan Teknologi dalam Film Like & Share. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1620-1630).
- Mayasari, F. (2022). Etnografi virtual fenomena cancel culture dan partisipasi pengguna media terhadap tokoh publik di media sosial. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 27-44.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.

- Muharman, N., Pratama, M. Y. T., Rahmawati, N. A., Sartika, M., & Yanuar, D. (2023). Cancel Culture sebagai Bentuk Kontrol Sosial di Twitter. *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 3(2).
- Nierman, E., & Sachs, M. (2023). The cancel culture curse: From rage to redemption in a world gone mad.
- Norris, P. (2019). Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Poster, M. (1995). The Second Media Age. Polity Press.
- Purnamasari, N. I. (2022). Cancel Culture: Dilema Ruang Publik Dan Kuasa Netizen. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 137-149.
- Saadillah, A., Haryudi, A., Reskiawan, M., & Amanah, A. I. (2023). Penggunaan bahasa sarkasme netizen di media sosial. *Jurnal Onoma: Pendidikan*, 9(2).
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin.
- Yaqinah, S. N., & Antok, I. H. (2024). ANALYSIS OF ISLAMIC COMMUNICATION ABOUT OXYMORA CANCEL CULTURE ON VIRTUAL MEDIA IN INDONESIA. *al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), 351-392.