

**RESEPSI PENONTON TERHADAP STATEMENT ABIDZAR
AL GHIFARI PADA PEMERAN UTAMA FILM BUSINESS
PROPOSAL VERSI INDONESIA**

SKRIPSI

Program Sarjana (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Shita Chetrin Lavesia
32802100003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shita Chetrin Lavesia
NIM : 32802100003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :

**Resepsi Penonton terhadap Statement Abidzar Al Ghifari pada Pemeran
Utama Film Bussines Proposal Versi Indonesia**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila demikian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk digunakan bila mana diperlukan. Terima Kasih.

Semarang, 10 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Shita Chetrin Lavesia)

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Resepsi Penonton terhadap Statement Abidzar Al Ghifari pada Pemeran Utama Film Bussines Proposal Versi Indonesia

Nama : Shita Chetrin Lavesia

NIM : 32802100003

Peminatan : Marketing Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Semarang, 10 Juni 2025

Dosen Pembimbing :

Penulis

Dr. Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si
NIK. 211108001

Shita Chetrin Lavesia
32802100006

UNISSULA
جامعة سلطان أحمد بن يوسف الإسلامية
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Trihanah, S.Sos., M.Si.
NIK. 211109008

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Resepsi Penonton terhadap Statement Abidzar Al Ghifari pada Pemeran Utama Film Bussines Proposal Versi Indonesia

Nama : Shita Chetrin Lavesia

NIM : 32802100003

Peminatan : Marketing Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Semarang, 10 Juni 2025

Menyetujui

Dosen Penguji :

1. Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom
2. Dr. Dian Marhaeni K, S.Sos., M.Si
3. Fikri Shofin M, SE., M.I.Kom



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Resepsi Penonton terhadap Statement Abidzar Al Ghifari pada Pemeran Utama Film *Business Proposal* Versi Indonesia

ABSTRAK

Oleh :
Shita Chetrin Lavesia
32802100003

Adaptasi film asing, khususnya drama Korea, tengah menjadi tren dalam industri perfilman Indonesia. Namun, proses adaptasi lintas budaya tidak hanya menuntut kreativitas naratif, tetapi juga kepekaan terhadap persepsi dan ekspektasi audiens. Salah satu kasus menarik adalah film *Business Proposal* versi Indonesia yang menuai kontroversi akibat pernyataan pemeran utamanya, Abidzar Al Ghifari, yang mengaku tidak menonton versi asli drama Korea tersebut. Pernyataan ini memicu reaksi negatif dari publik, terutama penggemar K-drama, dan memunculkan fenomena *cancel culture* yang meluas di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi penonton terhadap pernyataan Abidzar dalam konteks adaptasi film dan fenomena *cancel culture*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan didukung observasi serta studi pustaka. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall yang membagi posisi audiens ke dalam tiga kategori: dominan, negosiasi, dan oposisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan penonton terhadap film ini sangat dipengaruhi oleh perilaku publik figur, ekspektasi terhadap adaptasi, dan konteks sosial yang lebih luas. Penonton tidak hanya menilai film berdasarkan kualitas cerita dan akting, tetapi juga mempertimbangkan sikap dan pernyataan para pemeran. Pernyataan Abidzar dipandang sebagai bentuk ketidakprofesionalan, yang memperkuat penilaian negatif terhadap film tersebut. Selain itu, pemilihan aktor, chemistry antarpemain, dan kualitas adaptasi juga dinilai tidak memenuhi ekspektasi audiens. Fenomena *cancel culture* yang muncul memperlihatkan bahwa audiens kini lebih aktif, kritis, dan memiliki pengaruh besar dalam menentukan keberhasilan sebuah karya hiburan di era digital.

Kata Kunci: Resepsi Pemirsa, *Cancel Culture*, Adaptasi Film, Stuart Hall, Komunikasi Media

Resepsi Penonton terhadap Statement Abidzar Al Ghifari pada Pemeran Utama Film Bussines Proposal Versi Indonesia

ABSTRACT

Oleh :
Shita Chetrin Lavesia
32802100003

Foreign film adaptations, especially Korean dramas, are becoming a trend in the Indonesian film industry. However, the process of cross-cultural adaptation requires not only narrative creativity, but also sensitivity to audience perceptions and expectations. One of the interesting cases is the Indonesian version of the film Business Proposal which reaped controversy due to the statement of the main character, Abidzar Al Ghifari, who admitted that he did not watch the original version of the Korean drama. This statement triggered a negative reaction from the public, especially K-drama fans, and gave rise to a widespread cancel culture phenomenon on social media. This study aims to analyze the audience's reception of Abidzar's statement in the context of film adaptation and the phenomenon of cancel culture. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews and supported by observation and literature studies. The analysis was carried out using Stuart Hall's reception theory which divided the audience's position into three categories: dominant, negotiable, and oppositional. The results of the study show that the audience's acceptance of this film is greatly influenced by the public behavior of the figure, expectations of adaptation, and the broader social context. Audiences not only judge films based on the quality of the story and acting, but also consider the attitudes and statements of the cast. Abidzar's statement was seen as a form of unprofessionalism, which reinforced the negative assessment of the film. In addition, the selection of actors, chemistry between players, and the quality of adaptation were also considered not to meet audience expectations. The phenomenon of cancel culture that has emerged shows that audiences are now more active, critical, and have a great influence in determining the success of an entertainment work in the digital era.

Keywords: Audience Reception, Cancel Culture, Film Adaptation, Stuart Hall, Media Communication

MOTTO

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.

Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

(Qs. Al-Insyirah: 5-6)

“Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan”

(Nadin Amizah)

“Semua jatuh bangunmu, hal yang biasa

Angan dan pertanyaan, waktu yang menjawabnya”

(Baskara Putra - Hindia)

Prosesmu saat ini adalah hasil yang akan kau nikmati nanti. Tetaplah hidup meski

kau tak menginginkannya!!!



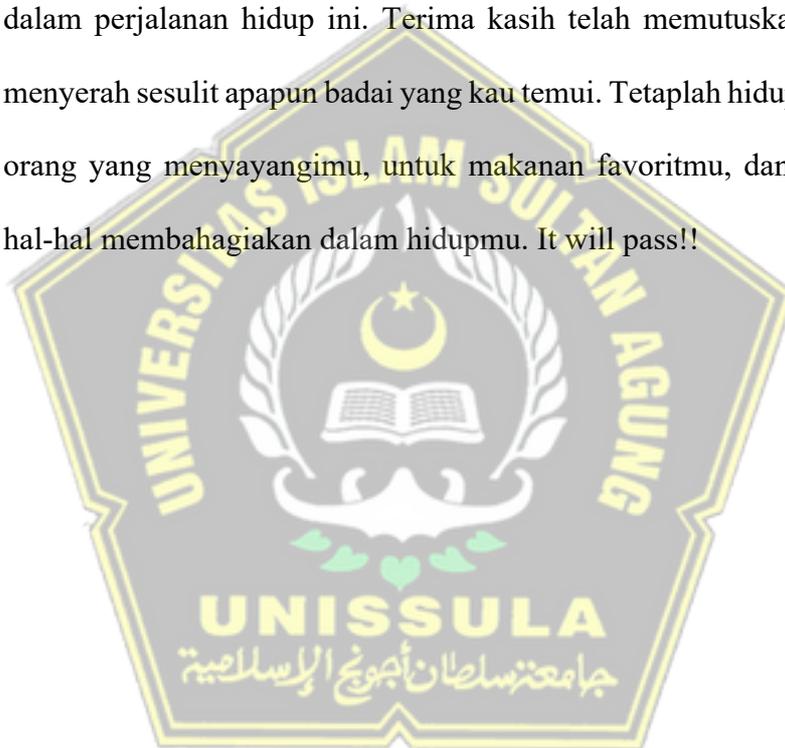
HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan Kesehatan, Rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Cinta pertamaku, papa tersayang alm. Damin dan pintu surgaku, ibu almh. Damayanti yang paling kurindukan. Terima kasih atas segala pengorbanan, kasih sayang, serta segala bentuk tanggung jawab atas kehidupan yang layak yang telah diberikan semasa papa dan ibu hidup. Terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk tetap semangat memperjuangkan gelar sarjana seperti yang kalian impikan. Meskipun berat harus menjalani kehidupan tanpa sosok kalian, semoga kalian selalu bangga dengan apa yang kulakukan.
2. Adik laki-lakiku, Akbar terima kasih telah menjadi salah satu alasan penulis untuk selalu semangat menjalani hidup dan untuk kakek nenek penulis yang selalu memberikan dukungan di setiap keputusan yang saya ambil.
3. Keluarga besar tercinta yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungannya selama ini.
4. Kepada seseorang yang tak kalah penting, Syahaf Hussein. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis dalam Menyusun skripsi ini. Terima kasih atas segala kontribusi selama ini yang selalu memberikan dukungan untuk optimis menyelesaikan skripsi ini.

5. Untuk sahabat-sahabatku sejak awal kuliah, Isma, Adel, Irun, Dila, Dhani, dan Marshel. Terima kasih atas bentuk dukungan moril selama ini. Perkenalan yang singkat namun akan selalu kuingat sampai kapanpun.
6. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih telah bertahan hingga saat ini, disaat tidak percaya terhadap diri sendiri namun terima kasih telah berani untuk mencoba, karena langkah kecil saat ini akan menjadi bagian dalam perjalanan hidup ini. Terima kasih telah memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun badai yang kau temui. Tetaplah hidup untuk orang-orang yang menyayangimu, untuk makanan favoritmu, dan untuk semua hal-hal membahagiakan dalam hidupmu. It will pass!!



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Resepsi Penonton terhadap Statement Abidzar Al Ghifari pada Pemeran Utama Film Bussines Proposal Versi Indonesia** ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan, baik secara akademik maupun non-akademik. Namun, berkat doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberi pertolongan dan kemudahan dalam perjalanan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Trimannah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Urip Mulyadi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Dian Marhaeni Kurdaningsih, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk

membimbing serta memberikan arahan dengan penuh kesabaran dan ketulusan selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen dan staf administrasi di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan pelayanan selama penulis menempuh pendidikan.
6. Kedua orang tua tercinta, alm. Damin dan almh. Damayanti, yang selalu menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan, serta sahabat-sahabat yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah menjadi tempat berbagi suka dan duka selama masa studi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca, serta dapat menjadi referensi dan kontribusi ilmiah bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	ii
SURAT KEASLIAN.....	PERNYATAAN Kesa lahan! Bookmark tidak ditentukan.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Kesa lahan! Bookmark tidak ditentukan.
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
MOTTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.4.3 Manfaat Sosial.....	6

1.5	Kerangka Pemikiran	6
1.5.1	Paradigma Penelitian : konstruktivisme	6
1.5.2	<i>State of the Art</i>	8
1.5.3	Landasan Teori	12
1.5.4	Kerangka Penelitian	14
1.6	Operasionalisasi Konsep	14
1.6.1	Resepsi Pemirsa	14
1.6.2	<i>Cancel Culture</i>	15
1.6.3	Film Business Proposal	16
1.7	Metodologi Penelitian	17
1.7.1	Tipe Penelitian	17
1.7.2	Subjek dan Objek Penelitian	17
1.7.3	Sumber Data Penelitian	18
1.7.4	Teknik Pengumpulan Data	18
1.7.5	Teknik Analisis Data	19
1.7.6	Kualitas Data	20
BAB II	PROFIL PERUSAHAAN	21
2.1	Struktur Organisasi	21
2.2	<i>Falcon Pictures</i>	22
2.3	Berita <i>Cancel Culture</i> Film Bussines Proposal	23
2.3	Sinopsis dan Pemeran Film Bussines Proposal	25
2.4	Alasan <i>Cancel Culture</i>	27
BAB III	HASIL PENELITIAN	37
3.1	Identitas Informan	37
3.2	Temuan Penelitian	37

BAB IV PEMBAHASAN.....	55
4.1 Penerimaan Khalayak Terhadap Pesan Media	55
4.2 Reaksi Terhadap Fenomena Cancel Culture	59
4.3 Fenomena <i>Cancel Culture</i> dalam Film "Business Proposal" Versi Indonesia Berdasarkan Teori Resepsi Stuart Hall	64
4.4 Dampak Positif Cancel Culture pada Film "Business Proposal"	72
4.5 Dampak Negatif Cancel Culture pada Film "Business Proposal" ...	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. S.O.T.A (State Of The Art).....	8
--	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Penelitian	14
---------------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri film Indonesia menunjukkan peningkatan dalam mengadaptasi berbagai karya populer dari luar negeri, termasuk drama Korea yang memiliki basis penggemar luas di tanah air. Salah satu upaya adaptasi tersebut adalah film *Business Proposal* versi Indonesia, yang diangkat dari drama Korea Selatan berjudul sama yang sukses besar pada tahun 2022. Film ini menandai tren baru dalam perfilman Indonesia, yakni pendekatan lokal terhadap karya asing yang telah dikenal dan dicintai audiens global, khususnya generasi muda. Namun, adaptasi semacam ini tidak hanya menuntut kreativitas dalam penyusunan ulang cerita, tetapi juga kepekaan terhadap nilai-nilai budaya, persepsi penonton, dan ekspektasi emosional audiens yang telah terbangun sebelumnya (Irawati, 2024).

Dalam proses adaptasi lintas budaya, pemilihan aktor merupakan salah satu aspek krusial yang dapat memengaruhi penerimaan khalayak. Aktor bukan sekadar peran visual, tetapi juga representasi nilai dan simbol dalam narasi media (Ghony, 2024). Ketika seorang aktor menyampaikan pernyataan yang dinilai tidak sensitif atau tidak selaras dengan harapan penggemar, hal itu berpotensi menimbulkan kontroversi, bahkan mengundang gelombang penolakan. Inilah yang terjadi pada film *Business Proposal* versi Indonesia, ketika pemeran utamanya, Abidzar Al Ghifari, secara terbuka menyatakan bahwa ia tidak menonton versi asli drama Korea tersebut karena ingin

menciptakan karakternya sendiri. Pernyataan ini menuai reaksi keras dari publik, terutama komunitas penggemar K-drama di Indonesia, yang menilai bahwa sikap tersebut mencerminkan ketidaksungguhan dalam memahami dan menghargai karya sumber.

Pernyataan Abidzar ini bukan sekadar permasalahan personal, melainkan menjadi fenomena sosial yang mencerminkan bagaimana penonton kini semakin aktif dan kritis dalam menanggapi produk budaya populer. Dalam dunia yang semakin terkoneksi secara digital, audiens tidak lagi menjadi objek pasif dari pesan media, tetapi telah bertransformasi menjadi subjek yang memiliki suara, kuasa, bahkan tekanan kolektif melalui fenomena yang kini dikenal luas sebagai *cancel culture* (Kusumawati, 2024). Dalam konteks ini, *cancel culture* merujuk pada tindakan publik untuk mengecam atau memboikot tokoh atau karya yang dianggap melanggar norma sosial, moral, atau etika profesional.

Reaksi publik terhadap pernyataan Abidzar juga memperlihatkan dinamika baru dalam hubungan antara publik figur dan penggemar. Jika sebelumnya selebritas dipandang sebagai tokoh yang memiliki otoritas absolut dalam membentuk citra diri mereka, kini citra tersebut dapat sewaktu-waktu digoyahkan oleh opini publik yang tersebar di media sosial. Tindakan satu figur publik dapat dengan cepat menyebar, ditafsirkan ulang, dan menimbulkan dampak besar terhadap penerimaan sebuah karya. Ini menjadi tantangan tersendiri bagi industri hiburan Indonesia, khususnya dalam proyek-proyek

adaptasi, di mana ekspektasi penonton sangat tinggi dan sering kali bersifat emosional terhadap karya aslinya (Amalia, 2023).

Selain itu, fenomena ini juga menunjukkan bahwa penerimaan terhadap suatu karya media tidak terlepas dari nilai-nilai sosial dan budaya yang diyakini oleh penonton. Audiens tidak hanya menilai kualitas akting atau alur cerita, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana sikap, etika, dan kepekaan sosial para pelaku industri film berperan dalam proses kreatif. Lebih jauh lagi, kasus ini memperlihatkan bahwa karya adaptasi bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga menyangkut bagaimana pelaku industri memahami konteks budaya dan emosi penonton. Adaptasi yang berhasil tidak hanya mampu menyajikan cerita dalam balutan lokal, tetapi juga menghormati esensi dari karya aslinya baik dalam struktur naratif maupun nilai-nilai budaya yang dikandungnya. Ketika hal ini diabaikan, dan ditambah dengan pernyataan dari aktor yang tidak sensitif terhadap karya sumber, respons negatif dari audiens menjadi sesuatu yang tidak bisa dihindari (Sulianta, 2025).

Fenomena resepsi negatif terhadap film ini mengindikasikan adanya kegagalan komunikasi antara pembuat film dan audiens. Dalam teori komunikasi media, resepsi tidak sekadar berfokus pada apa yang disampaikan oleh media, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dipahami dan dimaknai oleh penerimanya. Stuart Hall menjelaskan bahwa audiens tidak selalu menerima pesan sebagaimana yang dimaksudkan oleh pembuatnya. Mereka dapat menegosiasikan, bahkan menolak makna tersebut berdasarkan latar belakang sosial, pengalaman pribadi, dan nilai-nilai budaya yang mereka anut.

Di Indonesia, dimana penggemar *K-drama* memiliki keterikatan yang kuat terhadap tokoh dan jalan cerita versi aslinya, adaptasi menjadi medan yang sangat sensitif. Setiap perubahan termasuk pemilihan aktor dan interpretasi karakter harus dilakukan dengan penuh pertimbangan. Pernyataan yang terkesan menyepelekan karya asli justru memperlebar jarak emosional antara film dan penontonnya. Reaksi penonton bukan hanya bentuk kekecewaan terhadap film, melainkan juga representasi dari harapan yang tidak terpenuhi terhadap kualitas dan integritas dalam adaptasi budaya.

Kondisi ini memunculkan urgensi untuk meneliti lebih dalam tentang bagaimana resepsi penonton terbentuk terhadap statement aktor dalam proyek adaptasi. Dalam dunia hiburan yang semakin transparan dan demokratis, citra publik figur memiliki kekuatan yang hampir setara dengan narasi film itu sendiri. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dinamika ini tidak hanya penting bagi kajian komunikasi media dan budaya populer, tetapi juga relevan secara praktis bagi pembuat film dan pelaku industri hiburan dalam mengelola narasi publik dan ekspektasi audiens.

Penelitian ini penting karena mengkaji bagaimana audiens Indonesia memaknai pernyataan figur publik dalam konteks film adaptasi, serta kaitannya dengan literasi media dan sensitivitas budaya. Tujuan penelitian ini adalah memahami resepsi penonton terhadap pernyataan Abidzar Al Ghifari dan dampaknya terhadap citra film *Business Proposal* versi Indonesia, sekaligus memberikan kontribusi bagi studi komunikasi massa dan praktik produksi media yang lebih kontekstual dan responsif.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

- Resepsi penonton terhadap statement Abidzar Al Ghifari pada pemeran utama film Bussines Proposal.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis tentang resepsi penonton terhadap statement Abidzar Al Ghifari pada pemeran utama film Bussines Proposal.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini memberikan informasi mengenai persepsi pemirsa di sosial media selama masa cancel culture pada film bussines proposal, serta penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian Ilmu Komunikasi yang membahas tentang peran persepsi pemirsa di sosial media sehingga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai teori persepsi dan cara melakukan analisis tentang persepsi pemirsa di sosial media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pemahaman mengenai bagaimana cara menyampaikan sebuah opini di sosial media hingga terbentuk suatu fenomena yaitu cancel culture.

1.4.3 Manfaat Sosial

Penelitian diharapkan dapat memberikan kesadaran serta pemahaman lebih kritis terhadap informasi yang ada di sosial media dan pentingnya berperilaku yang baik sebagai bentuk kesadaran akan bijak bersosial media.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Paradigma Penelitian : konstruktivisme

Menurut Lexy J. Moleong (2012) paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian bagian berfungsi (perilaku yang didalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu. Prof. Kasiram menyatakan, paradigma adalah acuan longgar alam penelitian yang berupa asumsi, dalil, aksioma, postulat atau konsep yang akan digunakan sebagai petunjuk penelitian. Menurut Harmon (Moleong, 2012:49), paradigma merupakan cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas.

Paradigma penelitian menjadi landasan untuk merancang kerangka berpikir bagi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap suatu masalah penelitian. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir

merupakan antitesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap socially meaningful action melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/ mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003).

Menurut Patton, peneliti konstruktivis memeriksa berbagai realitas yang dibangun oleh individu dan efek konstruksi dengan yang lain. Dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman yang berbeda dan unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Patton, 2002).

Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam karena manusia bertindak sebagai agen yang mengonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku di kalangan mereka sendiri. Kajian paradigma konstruktivisme ini menempatkan posisi peneliti setara dan sebisa mungkin masuk dengan subjeknya, dan berusaha memahami dan mengonstruksikan sesuatu yang menjadi pemahaman si subjek yang akan diteliti.

Paradigma konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara

pandang orang terhadap realitas tersebut. Lebih jauh, paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Menurut paradig konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis.

1.5.2 *State of the Art*

Menurut Prof. Dr. Husein Umar, *State of the art* adalah rancangan penelitian yang terperinci dan unik dibandingkan penelitian terdahulu (Mardiani, 2020). *State of the art* menjadi acuan dalam penulisan penelitian untuk mempresentasikan kebaruan dari hasil penelitian yang dilakukan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menjadi referensi dan pedoman, yaitu :

Tabel 1.1. S.O.T.A (*State Of The Art*)

No	Judul	Penulis	Tahun	Bentuk Publikasi	Hasil Penelitian
1.	Fenomena Cancel Culture di Indonesia : Sebuah Tinjauan Literatur	Melisa Bunga Altamira	2023	Jurnal Vokasi Indonesia	Cancel culture menjadi fenomena yang semakin dikenal dan tren belakangan ini. Berkembangnya cancel culture tidak luput dari peran perkembangan media sosial. Dalam hal ini,

					<p>media sosial memberi ruang pada masyarakat untuk dapat memberi label canceled pada individu atau institusi yang dianggap berperilaku atau berkata-kata tidak sesuai dengan norma, di antaranya mengenai rasisme, penghinaan, hingga kekerasan seksual. Namun, cancel culture belum memberikan dampak signifikan terhadap publik figur atau lembaga. Kemunculannya di publik menandai bahwa karir mereka tidak sepenuhnya berakhir.</p>
2.	Fenomena Boikot Massal (Cancel Culture) di Media Sosial	Psilody Mardeson, Hermiza Mardesci	2022	Jurnal Riset Indragiri	Banyak dari kasus-kasus cancel culture yang terjadi di Indonesia hanya berdampak sementara. Hal ini dibuktikan dengan Sebagian besar yang terkena

					dampak cancel culture justru semakin terkenal. Maraknya fenomena ini bisa disebabkan oleh kurangnya informasi yang diperoleh oleh pengguna media sosial, serta adanya sifat ikut-ikutan yang dikenal dengan istilah <i>mob mentality</i> .
3.	Fenomena Cancel Culture Sebagai Kontrol Sosial pada Kasus KDRT Rizky Billar Terhadap Lesti Kejora	Alfya Octovi Azzahra Effendi, Poppy Febriana	2023	Jurnal Riset Komunikasi	Risky Billar sebagai public figure mendapatkan banyak kecaman dari public bahkan hingga bersampak ke pemecatan dari berbagai program di stasiun TV. Tindakan cancel culture ini dianggap tindakan yang tepat untuk menindak tegas public figure yang memberikan contoh negative ke public. Di sini tindakan cancel culture berfungsi sebagai control sosial bagi public figure

					agar berhati-hati dalam berperilaku.
--	--	--	--	--	--------------------------------------

Berdasarkan penelitian di atas, state of the art penelitian ini adalah resepsi pemirsa pada fenomena cancel culture film “Bussines Proposal” versi Indonesia. Respesi ini ditinjau dari informasi yang didapatkan peneliti yang didapat melalui proses wawancara dan riset penelitian terdahulu yang memiliki topik relevan dengan peneliti.

Pada penelitian sebelumnya terdapat perbedaan dan persamaan tentang fenomena cancel culture yang ada di Indonesia. Ditinjau dari ketiga literatur di atas, penelitiannya ini memiliki perbedaan dari segi subjek dan objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis tentang resepsi pemirsa terhadap fenomena cancel culture pada film Bussines Proposal versi Indonesia.

Selain itu topik yang dibahas dalam penelitian ini juga belum pernah dibahas pada penelitian sebelumnya. Peneliti mengangkat topik tentang cancel culture tentang adaptasi film, sedangkan pada penelitian sebelumnya topik penelitiannya tentang cancel culture tentang public figure atau fenomena yang ada di sosial media.

Perbedaan berikutnya juga dapat dilihat dari penggunaan teori yang digunakan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori resepsi pemirsa dari Stuart Hall yang sesuai dengan topik permasalahan yang diangkat. Namun dalam beberapa penelitian tersebut juga memiliki kesamaan

dengan penelitian peneliti yaitu sama sama membahas tentang fenomena cancel culture yang ada di Indonesia.

1.5.3 Landasan Teori (Teori Resepsi Stuart Hall)

Teori resepsi pemirsa merupakan pendekatan dalam kajian komunikasi dan budaya yang menempatkan audiens sebagai subjek aktif dalam proses pemaknaan pesan media. Pendekatan ini lahir sebagai kritik terhadap model komunikasi tradisional yang bersifat linear, di mana pesan dianggap berpindah secara langsung dari pengirim (sender) ke penerima (receiver), dan makna diasumsikan diterima sebagaimana dimaksud oleh pengirim. Dalam teori resepsi, pemirsa tidak lagi dilihat sebagai entitas pasif yang hanya menyerap informasi, melainkan sebagai pihak yang memiliki peran penting dalam menafsirkan dan membentuk makna berdasarkan pengalaman, konteks sosial, latar budaya, dan ideologi yang mereka miliki.

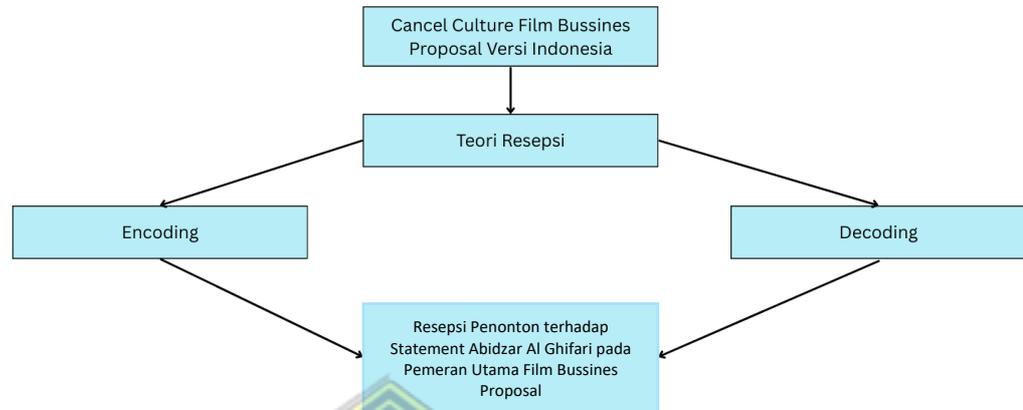
Salah satu tokoh utama dalam pengembangan teori resepsi adalah Stuart Hall, yang memperkenalkan model Encoding/Decoding makalahnya berjudul *Encoding and Decoding in the Television Discourse*, yang kemudian dipublikasikan dalam buku *Culture, Media, Language*. Dalam model ini, Hall menjelaskan bahwa setiap pesan media dikodekan (*encoded*) oleh pembuat media dengan makna tertentu yang sesuai dengan kepentingan atau ideologi dominan. Namun, ketika pesan tersebut dikonsumsi oleh pemirsa, ia mengalami proses dekode (*decoded*), yang bisa menghasilkan interpretasi yang berbeda, tergantung pada latar belakang dan kerangka pemahaman audiens.

Hall mengidentifikasi tiga posisi decoding yang dapat diambil oleh pemirsa, yaitu: pertama, *dominant-hegemonic position*, di mana pemirsa menerima makna sebagaimana yang dimaksud oleh produsen media secara utuh; kedua, *negotiated position*, di mana pemirsa menerima sebagian isi pesan namun tetap mengadaptasinya dengan sudut pandang pribadi; dan ketiga, *oppositional position*, yaitu ketika pemirsa menolak secara keseluruhan pesan atau ideologi yang terkandung dalam teks media tersebut.

Model ini menunjukkan bahwa makna media bersifat tidak tetap dan tidak tunggal, melainkan dibentuk melalui interaksi dinamis antara teks dan audiens. Resepsi terhadap sebuah tayangan atau pesan media dapat sangat beragam, tergantung pada karakteristik demografis, nilai-nilai budaya, pengalaman hidup, serta konteks sosial-politik tempat pemirsa berada. Oleh karena itu, pendekatan resepsi sangat relevan digunakan dalam penelitian media, terutama yang berfokus pada studi audiens.

Dalam konteks penelitian ini, teori resepsi pemirsa digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana khalayak menafsirkan pesan media tertentu, baik secara sesuai, negosiasional, maupun bertentangan dengan maksud produsen media. Dengan demikian, teori ini tidak hanya membantu mengungkap dinamika komunikasi media, tetapi juga menggambarkan posisi aktif audiens dalam membentuk makna dan menanggapi ideologi yang terkandung dalam pesan-pesan media massa.

1.5.4 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1. Kerangka Penelitian

1.6 Operasionalisasi Konsep

1.6.1 Resepsi Pemirsa

Resepsi pemirsa adalah proses decoding atau penafsiran makna oleh audiens terhadap pesan media (Hall, 1980). Resepsi pemirsa dalam konteks penelitian ini merujuk pada cara audiens menafsirkan dan merespons pesan-pesan yang disampaikan oleh media. Berdasarkan teori Encoding/Decoding dari Stuart Hall, resepsi pemirsa dapat diklasifikasikan ke dalam tiga bentuk utama, yaitu:

1. Dominant-hegemonic ketika pemirsa menerima makna sebagaimana dimaksud oleh pembuat pesan;
2. Negotiated ketika pemirsa menerima sebagian pesan tetapi menyesuaikannya dengan pengalaman pribadi atau konteks sosialnya;
3. Oppositional ketika pemirsa menolak makna yang ditawarkan oleh media dan menafsirkan pesan secara bertentangan.

Dalam penelitian ini, konsep resepsi pemirsa digunakan untuk mengukur dan menganalisis posisi penafsiran audiens terhadap konten media tertentu.

1.6.2 *Cancel Culture*

Cancel culture adalah praktik sosial yang dilakukan terutama di media sosial, di mana individu atau kelompok mengkritik, memboikot, atau mengecam seseorang (sering kali figur publik) karena dianggap melakukan kesalahan moral atau sosial (Ng, 2020).

Cancel culture merupakan fenomena sosial di mana individu, kelompok, atau figur publik mendapat kecaman massal dan dihindari (dibatalkan) oleh masyarakat setelah dianggap melakukan kesalahan moral, sosial, atau budaya. Proses ini biasanya terjadi di ruang digital, terutama media sosial, dan bertujuan untuk memberikan tekanan sosial atau menghentikan dukungan terhadap individu yang dianggap telah melanggar nilai-nilai tertentu. Dalam praktiknya, cancel culture bisa berupa boikot karya, penghentian kontrak kerja sama, pemecatan, hingga hilangnya reputasi di mata publik.

Cancel culture sering kali dipicu oleh isu sensitif seperti rasisme, seksisme, pelecehan seksual, ujaran kebencian, atau tindakan yang dinilai tidak etis. Meski bertujuan untuk memberikan akuntabilitas, cancel culture juga menuai kritik karena dianggap sebagai bentuk “trial by social media” di mana seseorang bisa dihukum tanpa proses hukum atau klarifikasi yang adil. Selain itu, efek jangka panjangnya bisa merugikan karier dan kesehatan mental individu yang "dicancel".

Menurut Nguyen (2020) dalam tulisannya di The New York Times, cancel culture dapat menjadi sarana masyarakat sipil untuk mengekspresikan ketidaksetujuan dan mengatur ulang norma sosial. Namun, jika tidak disertai dengan ruang dialog atau pemulihan, cancel culture bisa berubah menjadi bentuk perundungan digital yang merusak.

1.6.3 Film Business Proposal

Film Business Proposal merupakan salah satu film yang diadaptasi dari webtoon populer karya HaeHwa. Film ini mengangkat kisah kencana buta yang rumit karena melibatkan penyamaran dan hubungan asmara antara karyawan dan atasan. Film ini memiliki dua versi yang berbeda yaitu drama Korea dan film Indonesia.

Versi drama Korea tayang pada tahun 2022 yang dibintangi oleh Kim Se-jeong dan Ahn Hyo-seop mendapat sambutan hangat karena alurnya yang ringan, humor segar, dan chemistry kuat antara pemeran utama. Bahkan masuk daftar 10 drama Korea terbaik versi *Time Magazine*.

Sedangkan dalam versi film Indonesia *A Business Proposal* tayang pada Februari 2025 dan disutradarai oleh Rako Prijanto, dengan Ariel Tatum dan Abidzar Al-Ghifari sebagai pemeran utama. Meskipun alurnya sama, namun film ini menuai banyak kritik karena dinilai gagal menghadirkan karakter CEO yang meyakinkan, serta dianggap kurang dalam pembangunan chemistry antar tokoh. Film ini mendapat rating rendah di IMDb dan menuai reaksi negatif dari penggemar drama aslinya.

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Jenis penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut sugiyono (2011:12) tujuan dari pendekatan kualitatif adalah untuk menentukan pola-pola hubungan yang saling berinteraksi, menemukan teori, menggambarkan realitas yang kompleks, dan mencapai pemahaman makna (Noor, 2011).

Menurut buku yang ditulis oleh Basrowi & Kelvin (2008), penelitian kualitatif merupakan objek kajian yang unik yang tidak dapat dianalisis secara kuantitatif maupun numerik. Metodologi penelitian kualitatif sendiri memiliki strategi yang menunjukkan pemahaman yang luas terhadap suatu realitas sosial dari beberapa sudut pandang.

1.7.2 Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian (Noviati, Misdar, and Adib). Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitiannya adalah orang-orang yang menonton dan melihat berita tentang film Bussines Proposal versi Indonesia serta orang yang ikut serta dalam melakukan cancel culture.

Menurut Sugiyono (2019:55), objek penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik

kesimpulannya (Jeany, 2020). Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah tayangan film dan berita tentang film Bussines Proposal versi Indonesia.

1.7.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data yang dikumpulkan dibagi menjadi dua berdasarkan sumbernya, yaitu :

a. Data primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti secara langsung. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan cancel culture film Bussines Proposal versi Indonesia.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau didapatkan peneliti dari sumber penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, data sekunder diambil dari internet, buku, jurnal, dan penelitian terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Dalam teknik ini, peneliti mengadakan wawancara kepada lima informan.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Teknik ini digunakan untuk mengamati komunikasi public selama cancel culture berlangsung.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan Teknik mengumpulkan dan mengkaji informasi dari sumber-sumber tertulis untuk mendukung penelitian. Informasi tersebut bisa didapatkan melalui jurnal, buku, atau sumber lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian.

1.7.5 Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan penulis selanjutnya akan diolah dengan cara analisis data. Analisis data yang digunakan dalam pendekatan deskriptif kualitatif adalah dengan cara membuat rincian data secara mendalam semua data yang diperoleh. Proses analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan informasi yang relevan selama penelitian yang didapat dengan cara observasi dan studi Pustaka.

b. Reduksi Data

Proses yang berfokus pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar agar lebih mudah dipahami dan dianalisis.

c. Penyajian Data

Proses menyajikan seluruh data yang telah direduksi.

d. Kesimpulan

Proses menarik kesimpulan atau hasil yang didapatkan selama penelitian dilakukan.

1.7.6 Kualitas Data

Menurut Sugiyono (2015:83) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada (Feni, 2021). Kualitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dan historical situatedness, sesuai dengan paradigma yang dipakai yaitu paradigma kritis. Denzin dalam Moleong (2007:330) membedakan triangulasi menjadi empat yaitu, triangulasi sumber data, metode, peneliti, dan teori (Nisa, 2022). Penelitian kali ini menggunakan teknik triangulasi sumber data. Penggunaan triangulasi sumber data ini bertujuan untuk mendapatkan pandangan atau perspektif yang berbeda terhadap sebuah kondisi (Robert & T., 2002).

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Struktur Organisasi

Falcon Pictures tidak mempublikasikan struktur organisasinya secara rinci, namun berdasarkan informasi yang didapat melalui website resmi Falcon Pictures memiliki beberapa divisi utama yaitu :

1. Manajemen Eksekutif:

- H.B. Naveen: Salah satu pendiri dan tokoh kunci dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan.
- Dallas Sinaga: Pendiri dan berperan dalam pengembangan bisnis perusahaan.
- Frederica: Pendiri yang juga aktif dalam produksi dan pengembangan konten.

2. Divisi Produksi:

Bertanggung jawab atas pengembangan dan produksi film serta serial televisi.

3. Divisi Pemasaran dan Distribusi:

Mengelola strategi pemasaran dan distribusi konten ke berbagai platform dan jaringan bioskop.

4. Divisi Digital dan Platform Streaming:

Mengelola konten digital dan platform streaming milik Falcon, seperti KlikFilm.

5. Divisi Penerbitan (Publishing):

Mengelola penerbitan buku dan adaptasi konten dari buku ke film.

6. Divisi Musik:

Bertanggung jawab atas produksi dan distribusi musik yang terkait dengan film dan proyek lainnya.

7. Divisi Pendidikan:

Mengelola program-program pendidikan dan pelatihan yang berkaitan dengan industri perfilman.

2.2 *Falcon Pictures*

Falcon Pictures merupakan salah satu rumah produksi film dan serial TV terbesar di Indonesia. Berdiri pada tahun 2010, Falcon Pictures dikenal sebagai anak perusahaan dari Falcon Interactive, yang sebelumnya bergerak di bidang teknologi dan hiburan digital. Perusahaan ini telah menghasilkan banyak film dan serial populer seperti Warkop DKI Reborn, Dilan 1990, dan Laskar Pelangi. Falcon Pictures memiliki reputasi yang baik dikalangan penonton dan dikenal karena kualitas produksi yang tinggi dan kemampuan dalam mengadaptasi berbagai karya seperti novel, komik, bahkan karya internasional.

Salah satu keahlian Falcon dalam mengadaptasi dibuktikan dengan film *Bussines Proposal* versi Indonesia. Melihat kesuksesan pada versi drama Korea-nya, Falcon memanfaatkan peluang tersebut untuk menghadirkan cerita serupa yang dibalut dengan nilai, budaya, dan cita rasa local. Dari penyesuaian

karakter dan dialog, pemilihan lokasi khas Indonesia, hingga penggunaan bahasa sehari-hari, Falcon berhasil mengubah drama ini menjadi sesuatu yang sangat dekat dengan kehidupan masyarakat Indonesia.

Melalui film Bussines Proposal versi Indonesia ini, Falcon berupaya untuk membuktikan kemampuannya sebagai produsen konten yang berkualitas yang tidak hanya menghibur, namun juga mampu beradaptasi dengan trend global.

2.3 Berita Cancel Culture Film Bussines Proposal



Gambar 2.1. Berita Cancel Culture Film Bussines Proposal

Banyak platform berita yang ikut memberitakan fenomena cancel culture film Bussines Proposal versi Indonesia. Film A Business Proposal versi Indonesia gagal menarik penonton. Imbas dari kontroversi pemeran utama dan seruan boikot dari penggemar drama Korea, (Tempo.co, 2025). Hingga saat ini belum ada unggahan resmi dari Falcon Pictures mengenai raihan jumlah

penonton di bioskop. Adapun di situs ulasan film IMDb, film *Bussines Proposal* versi Indonesia hanya memperoleh rating 1/10 dari 16.859 ulasan. Angka itu terpaut jauh dari versi drama Korea yang rilis 2022, dan mendapatkan rating 8,1/10 berdasarkan lebih dari 31 ribu ulasan.

Salah satu faktor utama yang memicu reaksi negatif dari publik adalah kontroversi terkait pernyataan yang dianggap kurang sensitif dari pemeran utama film ini dalam sesi wawancara menjelang penayangan. Dalam pernyataannya, pemeran utama dianggap meremehkan karya aslinya dan menyampaikan komentar yang dinilai merendahkan kualitas drama Korea, padahal basis penggemar drama Korea di Indonesia sangat besar dan militan. Pernyataan tersebut menjadi pemantik gelombang *cancel culture*, yaitu praktik sosial di mana individu atau karya sengaja dijauhi dan diboikot karena dianggap telah melakukan kesalahan atau pelanggaran norma sosial tertentu. Dalam hal ini, gelombang kritik tidak hanya ditujukan pada aktor yang bersangkutan, tetapi juga kepada rumah produksi Falcon Pictures, yang dinilai kurang peka terhadap sensitivitas budaya dan ekspektasi audiens Indonesia yang menggemari budaya Korea.

Cancel culture yang berkembang cepat di era media sosial kemudian diperparah dengan beredarnya cuplikan-cuplikan film yang dinilai tidak memiliki kualitas produksi yang memadai. Sejumlah penonton yang sudah menyaksikan film ini menyampaikan bahwa kualitas adaptasi dianggap terlalu dipaksakan dan kurang menyentuh. Kritik paling tajam diarahkan pada aspek *chemistry* antar pemeran utama yang dinilai lemah, serta jalan cerita

yang terasa terburu-buru dan tidak seimbang. Padahal, salah satu kekuatan utama dari versi drama Korea adalah alur cerita yang tertata dengan baik dan penokohan yang kuat, yang memungkinkan penonton ikut terhanyut dalam dinamika emosional para karakternya. Ketika elemen-elemen penting ini tidak berhasil direpresentasikan secara maksimal dalam versi adaptasi, maka kekecewaan pun menjadi tidak terhindarkan.

Akibat dari berbagai kontroversi tersebut, seruan boikot di media sosial menjadi semakin masif. Tagar-tagar seperti #BoikotBusinessProposal dan #TidakUntukVersiIndonesia sempat menjadi tren di X (sebelumnya Twitter) dan TikTok. Gelombang penolakan ini kemudian berdampak langsung pada performa film di bioskop. Fenomena ini juga mencerminkan kekuatan opini publik dalam era digital saat ini. Melalui media sosial, publik memiliki ruang yang sangat luas untuk menyuarakan ketidakpuasan, bahkan mempengaruhi keputusan orang lain dalam memilih atau menolak sebuah produk hiburan. Opini tersebut bisa menyebar secara viral, sehingga memperbesar dampak yang ditimbulkan. Oleh sebab itu, penting bagi para pelaku industri hiburan untuk memiliki tim komunikasi dan PR (public relations) yang sigap dan responsif dalam menangani isu-isu sensitif seperti ini.

2.3 Sinopsis dan Pemeran Film Bussines Proposal

Bussines Proposal versi Indonesia merupakan film yang diadaptasi dari drama Korea yang rilis di tahun 2022. Dengan judul yang sama, film ini dikemas dengan nuansa lokal budaya Indonesia. Film ini menceritakan Sari, seorang karyawan di perusahaan makanan yang diminta untuk kencan buta

menggantikan sahabatnya (Yasmin) dengan tujuan supaya kencana buta tersebut gagal.

Baru diketahui bahwa ternyata lawan kencana buta itu ternyata CEO (Utama) dari perusahaan Sari bekerja. Alih-alih gagal, dalam kencana buta tersebut, Utama justru merasa tertarik dengan Sari yang merupakan karyawannya sendiri dan mengajukan kontrak hubungan palsu untuk menghindari perjodohan yang diatur oleh keluarganya. Seiring berjalannya waktu, hubungan palsu tersebut menimbulkan perasaan nyata, dan keduanya dihadapkan pada dilemma antara cinta, karir, dan keluarga.

Pemeran Utama Film Bussines Proposal versi Indonesia :

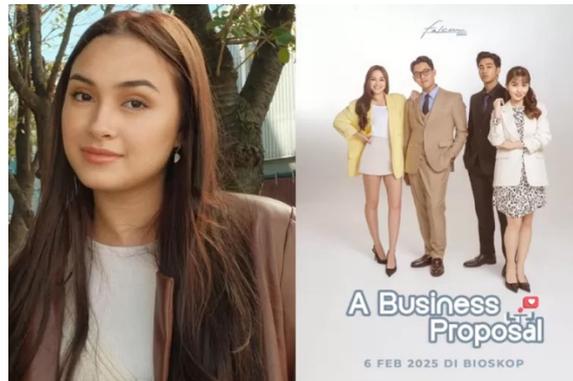
- Abidzar Al Ghifari : Kang Tae Moo (CEO Bernama Utama)



- Ariel Tatum : Shin Ha-Ri (Sari)



- Caitlin Halderman : Jin Young Seo (Yasmin, sahabat dari Sari)



- Ardrito Pramono : Cha Sung Hoon (Sekretaris CEO, Satriyo)



2.4 Alasan Cancel Culture

Faktor penyebab fenomena cancel culture film *Business Proposal* versi Indonesia :

1. Pernyataan Kontroversial dari Abidzar Al Ghifari

Sebagai pemeran utama dalam adaptasi Indonesia dari drama Korea *Business Proposal*, Abidzar Al Ghifari menjadi sorotan publik setelah memberikan pernyataan kontroversial dalam sebuah wawancara. Dalam pernyataannya, ia mengungkapkan bahwa dirinya secara sengaja tidak menonton versi asli drama Korea tersebut dengan alasan ingin membentuk karakter yang ia perankan sesuai dengan interpretasi pribadinya, bukan meniru versi aslinya. Ia berargumen bahwa pendekatan

ini dilakukan agar bisa memberikan sentuhan khas lokal dan menjadikan perannya lebih autentik serta relevan dengan penonton Indonesia. Namun, pernyataan tersebut justru menjadi bumerang dan memicu gelombang reaksi negatif, terutama dari para penggemar K-drama yang sangat peduli terhadap kesetiaan adaptasi terhadap karya aslinya.

Pernyataan ini dianggap sebagai bentuk ketidakprofesionalan oleh banyak kalangan, termasuk kritikus film dan penikmat drama Korea. Dalam dunia perfilman, khususnya ketika menggarap proyek adaptasi, memahami karya sumber adalah hal fundamental. Tidak hanya untuk mengetahui karakter secara utuh, tetapi juga untuk menangkap nuansa, emosi, dan latar belakang budaya yang menjadi elemen penting dalam membangun cerita. Dengan tidak menonton versi aslinya, Abidzar dianggap telah melewati tahapan penting dalam proses kreatif sebagai aktor, yang semestinya mempelajari dan memahami karakter melalui berbagai pendekatan, termasuk merujuk pada sumber utama.

Banyak penggemar merasa bahwa sikap Abidzar mencerminkan kurangnya penghargaan terhadap karya orisinal Korea Selatan yang telah sukses besar secara global. Drama *Business Proposal* sendiri merupakan salah satu drama Korea yang mendapatkan rating tinggi dan memiliki penggemar internasional yang loyal. Ketika sebuah karya yang telah dicintai banyak orang diadaptasi, ekspektasi penonton terhadap versi lokal pun menjadi sangat tinggi. Maka dari itu, wajar apabila pernyataan seperti yang disampaikan Abidzar dianggap menyepelkan proses adaptasi itu

sendiri dan mengecewakan banyak pihak yang berharap akan versi Indonesia yang berkualitas dan menghormati karya sumbernya.

Tidak sedikit pula yang menilai bahwa pernyataan tersebut menunjukkan kurangnya kesiapan dan pemahaman tentang pentingnya riset karakter. Sebagai aktor utama, seharusnya Abidzar menyadari bahwa peran yang ia emban bukan sekadar tampil di layar, melainkan juga mewakili upaya adaptasi budaya lintas negara yang sensitif dan kompleks. Sikapnya yang dinilai terlalu percaya diri namun tidak diimbangi dengan pendalaman materi, justru menjadi celah yang memperburuk citra film secara keseluruhan.

Dalam industri hiburan yang semakin terbuka dan global, profesionalisme aktor dan tim produksi sangat menentukan persepsi publik. Di era digital saat ini, pernyataan seorang tokoh publik dapat tersebar luas dalam hitungan menit dan memicu diskusi yang masif di media sosial. Respons terhadap pernyataan Abidzar adalah contoh nyata bagaimana narasi yang tidak tepat dapat memunculkan gelombang kritik, bahkan berujung pada *cancel culture*. Hal ini menjadi pelajaran penting bagi para pelaku industri kreatif di Indonesia bahwa menghormati karya sumber, melakukan riset mendalam, dan menjaga komunikasi publik yang bijak merupakan bagian tak terpisahkan dari etika profesionalisme, terlebih saat menggarap proyek yang sangat sensitif terhadap ekspektasi publik seperti adaptasi drama populer.

2. Respon Netizen dan Seruan Boikot

Respon netizen pun sangat cepat dan masif. Melalui berbagai platform media sosial seperti Twitter, Instagram, dan TikTok, banyak netizen meluapkan kekecewaan mereka dengan menggunakan tagar seperti #BoikotBusinessProposalID. Seruan boikot ini menjadi viral dan menunjukkan betapa kuatnya pengaruh opini publik dalam era digital saat ini, di mana kesalahan komunikasi publik dari seorang figur publik bisa berdampak besar pada persepsi kolektif terhadap sebuah karya. Banyak komentar pedas yang dilayangkan terhadap Abidzar maupun tim produksi, yang dinilai kurang memiliki sensitivitas budaya dan tidak siap menghadapi ekspektasi tinggi dari penonton setia drama Korea.

Reaksi keras netizen ini didorong oleh berbagai faktor, salah satunya adalah ekspektasi yang sangat tinggi dari penonton setia drama Korea, yang selama ini dikenal sangat selektif dan kritis dalam menilai setiap karya yang mereka konsumsi. Drama Korea, dengan kekuatan ceritanya yang kuat dan kualitas produksinya yang terus meningkat, telah membangun basis penggemar yang loyal dan berwawasan luas. Mereka tidak hanya menonton untuk hiburan semata, tapi juga mengapresiasi kedalaman budaya, detail karakter, dan nilai-nilai yang tersirat di dalamnya. Oleh karena itu, ketika sebuah karya lokal atau adaptasi yang melibatkan figur publik seperti Abidzar dianggap kurang memiliki sensitivitas budaya, hal ini tentu menimbulkan reaksi negatif yang sangat tajam.

Banyak komentar pedas dan kritik membangun yang dilayangkan secara terbuka, baik kepada Abidzar sebagai sosok utama maupun kepada tim produksi yang dianggap gagal memahami dan menghormati konteks budaya serta harapan audiens. Netizen menilai bahwa kurangnya persiapan matang dan ketidaksiapan menghadapi standar tinggi dari penonton drama Korea ini menunjukkan sebuah kekurangan yang mendasar dalam proses produksi. Kritik tersebut tidak hanya soal kualitas visual atau jalan cerita, tetapi juga terkait dengan cara pengelolaan komunikasi publik yang tampak kurang matang, sehingga menimbulkan salah paham dan kekecewaan yang meluas.

Reaksi ini juga menjadi refleksi penting mengenai bagaimana budaya populer dan globalisasi mempengaruhi persepsi dan standar seni di Indonesia. Penggemar drama Korea di tanah air, yang telah lama menikmati karya-karya dari negeri ginseng tersebut, menuntut agar setiap adaptasi atau karya yang mengangkat tema serupa mampu menghormati keunikan dan nilai-nilai budaya yang dihadirkan dalam versi aslinya. Hal ini menuntut para kreator lokal untuk lebih peka dan belajar lebih dalam tentang bagaimana menjaga kualitas dan integritas karya mereka, terutama ketika mereka ingin berkompetisi di panggung internasional yang sudah sangat ketat.

Dari sisi komunikasi, insiden ini mengingatkan kita betapa pentingnya manajemen krisis yang efektif dan komunikasi publik yang transparan serta empati dalam menghadapi kekecewaan audiens. Tim

produksi dan figur publik yang terlibat sebaiknya segera merespons kritik dengan sikap terbuka, mengakui kesalahan jika ada, dan menunjukkan komitmen untuk memperbaiki kualitas di masa mendatang. Respons yang bijak dan cepat sangat penting agar reputasi tidak semakin rusak dan agar hubungan baik dengan penonton tetap terjaga.

Secara keseluruhan, fenomena boikot yang melibatkan tagar #BoikotBusinessProposalID ini menjadi studi kasus menarik tentang bagaimana opini publik di era digital dapat menjadi kekuatan besar yang memengaruhi keberlangsungan sebuah karya seni atau produk hiburan. Ini juga menegaskan bahwa dalam dunia yang semakin terhubung dan transparan seperti sekarang, sensitivitas budaya, komunikasi yang tepat, dan kualitas produksi bukan hanya pilihan, melainkan keharusan untuk bisa bertahan dan berkembang. Reaksi netizen yang begitu masif ini pada akhirnya menjadi pengingat bagi semua pelaku industri hiburan agar selalu menjaga standar tinggi dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap tuntutan audiens yang terus berkembang.

3. Hasil Adaptasi yang Kurang Memuaskan

Selain masalah pernyataan kontroversial dari pemeran utamanya, sejumlah penonton yang telah menonton film *Business Proposal* versi Indonesia menyampaikan berbagai kritik terkait kualitas adaptasi yang dianggap tidak berhasil menghadirkan emosi sebagaimana mestinya. Banyak yang menilai bahwa film ini terasa kurang menyentuh dan terlalu dipaksakan, baik dalam pengembangan karakter, alur cerita, maupun

penyajian konflik. Kritik-kritik ini datang tidak hanya dari penggemar drama Korea versi aslinya, tetapi juga dari penonton umum yang merasa bahwa film ini gagal memberikan pengalaman menonton yang memuaskan dan layak untuk diadaptasi dari karya yang sudah lebih dulu populer secara internasional.

Salah satu aspek yang paling banyak disoroti adalah lemahnya chemistry antara pemeran utama. Dalam film dengan genre romantis-komedi, terutama yang mengandalkan adaptasi dari drama Korea yang sangat mengedepankan dinamika emosional antar tokoh, chemistry yang kuat dan meyakinkan adalah elemen yang tak bisa ditawar. Sayangnya, dalam versi Indonesia ini, banyak penonton merasa bahwa interaksi antara pemeran utama terkesan kaku, tidak natural, dan minim sentuhan emosional yang membuat penonton ikut terbawa suasana. Momen-momen yang seharusnya romantis atau menggelitik pun terasa hambar dan kehilangan daya tariknya. Hal ini tentunya sangat mempengaruhi keseluruhan rasa dari film, mengingat kekuatan utama *Business Proposal* versi Korea terletak pada romantika yang intens namun ringan serta interaksi yang menggemaskan antara karakter utamanya.

Selain masalah chemistry, adaptasi ceritanya juga dianggap bermasalah. Banyak penonton merasa bahwa alur cerita berjalan dengan sangat terburu-buru dan tidak diberi cukup ruang untuk berkembang secara alami. Penyesuaian plot ke dalam konteks budaya Indonesia pun dinilai tidak dilakukan dengan cukup hati-hati dan mendalam, sehingga

membuat cerita terasa janggal dan kehilangan esensinya. Beberapa elemen cerita yang dalam versi Korea dikembangkan dengan detil dan membangun ketegangan emosional perlahan, justru dalam versi Indonesia seperti dipadatkan dan dieksekusi secara tergesa-gesa. Akibatnya, penonton merasa kesulitan untuk terhubung secara emosional dengan cerita maupun karakter-karakternya.

Masalah lain yang mencuat adalah inkonsistensi tone cerita serta penggarapan produksi yang dinilai kurang maksimal. Dari sisi sinematografi, tata musik, hingga penyusunan adegan, terdapat banyak kritik bahwa film ini belum mampu menyaingi kualitas estetika yang menjadi ciri khas drama Korea. Penonton yang sudah terbiasa dengan standar visual dan naratif tinggi dari drama-drama Korea, tentunya memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap adaptasi ini. Namun, ketika ekspektasi itu tidak terpenuhi, kekecewaan pun tak terhindarkan. Kritik juga datang terhadap pemilihan dialog dan gaya akting yang dinilai kurang hidup, tidak sesuai dengan situasi, dan bahkan cenderung berlebihan di beberapa adegan.

Semua kekecewaan ini berujung pada munculnya berbagai reaksi negatif dari publik, termasuk seruan boikot di media sosial. Gerakan *cancel culture* terhadap film ini dengan cepat menyebar di berbagai platform digital seperti Twitter, Instagram, dan TikTok. Tagar seperti #BoikotBusinessProposalID menjadi trending dan diikuti dengan berbagai video, cuitan, dan komentar yang menunjukkan kekecewaan serta

penolakan terhadap film tersebut. Banyak netizen yang menyatakan bahwa mereka memutuskan untuk tidak menonton film ini sebagai bentuk protes atas kualitas produksi yang tidak memuaskan dan dianggap tidak menghormati karya asli.

Efek dari seruan boikot ini sangat terlihat dari hasil penayangan film tersebut. Berdasarkan laporan dari *detik.com*, film *Business Proposal* versi Indonesia hanya berhasil meraih sekitar 16.150 penonton dalam dua hari pertama penayangan. Angka ini sangat kecil jika dibandingkan dengan film-film lain yang diproduksi oleh Falcon Pictures, sebuah rumah produksi yang biasanya dikenal dengan performa box office yang cukup menjanjikan. Capaian ini jelas menjadi indikator bahwa reaksi publik sangat mempengaruhi performa komersial sebuah film, terutama dalam era digital saat ini di mana opini publik di media sosial dapat menyebar luas hanya dalam hitungan jam.

Fenomena ini menjadi pelajaran penting bagi industri perfilman Indonesia, khususnya dalam hal mengadaptasi karya asing yang telah memiliki basis penggemar besar dan kuat. Adaptasi bukan hanya soal mentransformasi cerita dari satu konteks budaya ke konteks budaya lain, melainkan juga soal bagaimana menghormati materi asli dan memenuhi ekspektasi penonton yang sudah memiliki keterikatan emosional terhadap karya tersebut. Kegagalan dalam menyampaikan esensi cerita, dalam menjaga kualitas akting dan produksi, serta dalam membangun komunikasi publik yang bijak dapat berdampak besar, bukan hanya pada

satu proyek film, tetapi juga pada kepercayaan publik terhadap upaya adaptasi di masa mendatang.

Oleh karena itu, penting bagi sineas Indonesia untuk lebih sensitif terhadap aspek budaya dan naratif ketika mengadaptasi karya luar negeri. Riset mendalam, pemilihan aktor yang sesuai, penulisan naskah yang matang, serta penyutradaraan yang berani namun tetap menghormati sumber aslinya adalah langkah-langkah krusial yang tak boleh diabaikan. Begitu pula dengan strategi komunikasi dan promosi, harus dilakukan dengan cermat dan profesional agar tidak menimbulkan kontroversi yang justru merugikan film itu sendiri.

Kasus *Business Proposal* versi Indonesia ini menjadi cerminan nyata bahwa di era informasi digital, penonton adalah aktor yang sangat berpengaruh. Mereka mampu membentuk opini publik, mengangkat atau menjatuhkan karya, dan menentukan arah industri hiburan melalui suara kolektifnya. Maka, produsen film dituntut untuk tidak hanya menghasilkan karya yang layak tonton, tetapi juga memahami dan menghormati audiens mereka dengan sebaik mungkin.

BAB III

HASIL PENELITIAN

3.1 Identitas Informan

Dalam penelitian ini, fokus utama adalah pada penonton film "Business Proposal" versi Indonesia. Pemilihan penonton dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria tertentu, yaitu individu yang telah menonton film tersebut dan memiliki pemahaman mengenai fenomena cancel culture. Penonton yang terlibat dalam penelitian ini memiliki latar belakang yang beragam, termasuk usia, jenis kelamin, dan pengalaman menonton film. Informan dipilih untuk memberikan wawasan yang mendalam mengenai resepsi terhadap film ini. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang mendalam mengenai resepsi penonton terhadap film dan fenomena cancel culture yang menyertainya.

3.2 Temuan Penelitian

Penelitian ini mengungkapkan bahwa resepsi pemirsa terhadap fenomena cancel culture pada film "Business Proposal" versi Indonesia menunjukkan keragaman tanggapan yang kompleks. Banyak pemirsa menilai bahwa film ini tidak sepenuhnya berhasil dalam menyampaikan pesan atau hiburan yang diharapkan, terutama terkait dengan pemilihan karakter yang dianggap tidak sesuai dengan ekspektasi. Hal ini menegaskan pentingnya pemahaman konteks budaya dalam adaptasi film, di mana elemen-elemen yang

relevan dengan budaya lokal harus diperhatikan agar penonton dapat merasakan kedekatan dengan cerita.

Pemilihan aktor dan aktris yang tepat menjadi faktor kunci yang memengaruhi penerimaan film oleh penonton. Ketika karakter dalam film tidak sesuai dengan harapan penonton, kekecewaan dan skeptisisme terhadap keseluruhan karya dapat muncul. Pemirsa cenderung membandingkan adaptasi dengan versi aslinya, dalam hal ini drama Korea, dan jika perbedaan tersebut terlalu mencolok, penonton akan merasa bahwa film tersebut tidak menghargai sumber aslinya. Oleh karena itu, pembuat film perlu melakukan riset yang mendalam untuk memahami karakter serta konteks budaya yang ada dalam cerita yang diadaptasi.

Pemilihan aktor dan aktris yang tepat menjadi faktor kunci yang memengaruhi penerimaan film oleh penonton. Dalam dunia perfilman, karakter yang diperankan oleh para aktor dan aktris tidak hanya sekadar wajah yang menghiasi layar, tetapi juga merupakan representasi dari cerita yang ingin disampaikan (Ayu, 2024). Ketika karakter dalam film tidak sesuai dengan harapan penonton, kekecewaan dan skeptisisme terhadap keseluruhan karya dapat muncul (Septian, 2023). Hal ini sangat penting, terutama dalam konteks adaptasi, di mana penonton sering kali memiliki ekspektasi yang tinggi berdasarkan versi asli, dalam hal ini drama Korea.

Penonton cenderung membandingkan adaptasi dengan versi aslinya, dan jika perbedaan tersebut terlalu mencolok, mereka akan merasa bahwa film tersebut tidak menghargai sumber aslinya (Nugroho, 2021). Misalnya, jika

karakter yang diperankan tidak mencerminkan sifat atau kepribadian yang diharapkan, penonton bisa merasa bahwa film tersebut gagal dalam menyampaikan esensi cerita. Ini bisa berujung pada penilaian negatif yang tidak hanya ditujukan kepada aktor, tetapi juga kepada sutradara dan seluruh tim produksi. Oleh karena itu, pembuat film perlu melakukan riset yang mendalam untuk memahami karakter serta konteks budaya yang ada dalam cerita yang diadaptasi.

Selain itu, penting juga untuk memahami norma dan nilai-nilai budaya yang ada dalam konteks cerita tersebut. Misalnya, dalam adaptasi film yang diambil dari drama Korea, ada banyak elemen budaya yang mungkin tidak sepenuhnya dapat diterjemahkan ke dalam konteks budaya Indonesia (Swastiwi, 2024). Jika pembuat film tidak memperhatikan hal ini, maka hasilnya bisa jadi tidak sesuai dengan harapan penonton yang sudah terbiasa dengan nuansa asli dari drama tersebut.

Pemilihan aktor dan aktris yang tepat juga berpengaruh pada chemistry antar karakter. Ketika dua karakter utama tidak memiliki chemistry yang baik, penonton akan merasakan ketidaknyamanan saat menyaksikan interaksi mereka (Irawan, 2024). Hal ini bisa membuat penonton merasa bahwa cerita yang disampaikan menjadi kurang menarik dan tidak meyakinkan. Oleh karena itu, casting yang tepat tidak hanya melibatkan pemilihan aktor berdasarkan popularitas, tetapi juga berdasarkan kemampuan mereka untuk menghidupkan karakter yang mereka perankan.

Selain itu, penting untuk diingat bahwa penonton memiliki beragam latar belakang dan pengalaman. Apa yang mungkin dianggap menarik atau sesuai oleh satu kelompok penonton, bisa jadi tidak berlaku untuk kelompok penonton lainnya. Oleh karena itu, pembuat film harus mampu menjembatani perbedaan ini dengan cara yang kreatif dan inovatif. Mereka perlu menciptakan karakter yang tidak hanya relevan dengan konteks budaya lokal, tetapi juga dapat diterima oleh penonton yang lebih luas.

Dalam adaptasi, pembuat film juga harus siap menghadapi kritik. Ketika film tidak memenuhi ekspektasi penonton, kritik yang muncul bisa sangat tajam. Namun, kritik ini juga bisa menjadi masukan yang berharga untuk perbaikan di masa mendatang. Pembuat film yang terbuka terhadap kritik dan saran dari penonton akan memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan karya yang lebih baik di masa depan.

Pemilihan aktor dan aktris yang tepat bukan hanya tentang menemukan wajah yang menarik untuk ditampilkan di layar, tetapi juga tentang menemukan individu yang dapat membawa karakter tersebut hidup dengan cara yang autentik dan meyakinkan (Ghony, 2024). Dengan melakukan riset yang mendalam dan memahami konteks budaya, pembuat film dapat menciptakan adaptasi yang tidak hanya menghormati sumber aslinya, tetapi juga memberikan pengalaman baru yang menarik bagi penonton. Dengan demikian, film adaptasi dapat diterima dengan baik dan menjadi bagian dari diskusi yang lebih luas tentang seni dan budaya.

Banyak platform berita yang ikut memberitakan fenomena cancel culture film "Business Proposal" versi Indonesia. Film ini gagal menarik penonton, imbas dari kontroversi pemeran utama dan seruan boikot dari penggemar drama Korea (Tempo.co, 2025). Hingga saat ini, belum ada unggahan resmi dari Falcon Pictures mengenai raihan jumlah penonton di bioskop. Di situs ulasan film IMDb, film "Business Proposal" versi Indonesia hanya memperoleh rating 1/10 dari 16.859 ulasan, angka yang terpaut jauh dari versi drama Korea yang rilis pada 2022 dan mendapatkan rating 8,1/10 berdasarkan lebih dari 31 ribu ulasan.



Sumber: Instagram.com/suaradotcom (dilihat pada tanggal 21 Mei 2025)

Film "Business Proposal" versi Indonesia merupakan adaptasi dari drama Korea yang dirilis pada tahun 2022. Dengan judul yang sama, film ini

dikemas dengan nuansa lokal budaya Indonesia. Cerita berfokus pada Sari, seorang karyawan di perusahaan makanan yang diminta untuk kencan buta menggantikan sahabatnya, Yasmin, dengan tujuan supaya kencan tersebut gagal. Namun, lawan kencan buta itu ternyata adalah CEO dari perusahaan tempat Sari bekerja. Alih-alih gagal, kencan tersebut justru menimbulkan ketertarikan antara Sari dan CEO, Utama, yang mengajukan kontrak hubungan palsu untuk menghindari perjodohan yang diatur oleh keluarganya. Seiring berjalannya waktu, hubungan palsu tersebut menimbulkan perasaan nyata, dan keduanya dihadapkan pada dilema antara cinta, karir, dan keluarga.

Pemeran utama film ini terdiri dari Abidzar Al Ghifari sebagai Kang Tae Moo (CEO bernama Utama), Ariel Tatum sebagai Shin Ha-Ri (Sari), Caitlin Halderman sebagai Jin Young Seo (Yasmin, sahabat dari Sari), dan Ardhito Pramono sebagai Cha Sung Hoon (Sekretaris CEO, Satriyo). Reaksi penonton terhadap film ini menunjukkan bahwa mereka tidak hanya menilai dari segi kualitas film, tetapi juga dari nilai-nilai yang dipegang oleh para pemeran dan tim produksi. Ketika seorang aktor mengeluarkan pernyataan yang dianggap kontroversial, hal ini dapat berdampak besar pada citra film secara keseluruhan. Penonton merasa bahwa mereka memiliki hak untuk menyuarakan pendapat mereka, dan media sosial memberikan platform yang tepat untuk melakukan hal tersebut. Dalam era digital ini, suara penonton menjadi semakin kuat, dan mereka tidak ragu untuk menggunakan kekuatan tersebut untuk mengekspresikan ketidakpuasan mereka.

Fenomena *cancel culture* ini juga mencerminkan perubahan dalam cara masyarakat memandang industri hiburan. Dulu, penonton mungkin lebih pasif dalam menerima karya seni, tetapi kini mereka lebih aktif dan kritis. Mereka tidak hanya ingin menikmati film, tetapi juga ingin memastikan bahwa film tersebut dihasilkan dengan cara yang etis dan menghargai karya asli. Hal ini menjadi tantangan bagi para pembuat film untuk tidak hanya fokus pada aspek komersial, tetapi juga pada nilai-nilai yang ingin mereka sampaikan melalui karya mereka.

Dalam hal ini, penting bagi para pembuat film untuk melakukan riset yang mendalam dan memahami karakter serta konteks budaya yang ada dalam cerita yang diadaptasi. Mereka perlu menyadari bahwa penonton memiliki ekspektasi yang tinggi, terutama ketika mereka sudah terikat dengan versi asli. Dengan memahami latar belakang karakter dan nilai-nilai yang terkandung dalam cerita, pembuat film dapat menciptakan adaptasi yang tidak hanya menghormati sumber aslinya, tetapi juga memberikan pengalaman baru yang menarik bagi penonton.

Fenomena *cancel culture* yang terjadi mencerminkan semakin tingginya sensitivitas publik terhadap perilaku publik figur, khususnya dalam industri hiburan. Masyarakat kini tidak lagi memisahkan antara karya seni dan pribadi sang artis; sebaliknya, integritas moral, sikap profesional, dan nilai-nilai yang dipegang oleh para pelaku industri hiburan menjadi bagian penting dalam penilaian terhadap suatu karya. Dalam konteks ini, harapan publik terhadap tanggung jawab moral dan sosial artis meningkat pesat, seiring

dengan berkembangnya media sosial yang memungkinkan khalayak untuk lebih terlibat dalam wacana publik.

Penonton saat ini tidak hanya menilai film berdasarkan kualitas cerita, alur narasi, maupun akting para pemerannya, tetapi juga dari bagaimana para aktor dan aktris bersikap di luar layar. Ketika seorang aktor mengeluarkan pernyataan yang dianggap tidak pantas, merendahkan karya asli, atau menunjukkan kurangnya apresiasi terhadap sumber materi, reaksi penonton pun bisa sangat keras. Hal ini tampak jelas dalam kasus adaptasi film *Business Proposal* versi Indonesia, ketika salah satu pemeran utamanya, Abidzar Al Ghifari, menyatakan bahwa dirinya tidak menonton versi asli drama Korea tersebut karena ingin menciptakan karakternya sendiri. Pernyataan ini memicu kemarahan publik, terutama penggemar K-drama, yang merasa bahwa pernyataan tersebut tidak hanya menunjukkan sikap arogan, tetapi juga mencerminkan ketidakprofesionalan.

Dalam dunia perfilman, khususnya pada proyek adaptasi, menghargai sumber asli merupakan bagian dari etika profesional. Referensi terhadap karya sebelumnya tidak hanya penting untuk menjaga esensi cerita, tetapi juga sebagai bentuk penghormatan terhadap pencipta asli dan penggemarnya. Ketika seorang aktor justru mengabaikan hal tersebut, publik menafsirkan sikap ini sebagai bentuk ketidakpedulian terhadap kualitas dan nilai dari karya yang diadaptasi. Oleh karena itu, respon negatif dari penonton tidak semata-mata bersumber dari kualitas film, tetapi juga dipicu oleh persepsi terhadap etika dan tanggung jawab sosial para pelakunya.

Dalam masyarakat yang semakin terkoneksi melalui media sosial, kekuatan kolektif publik untuk menyuarakan pendapat mereka pun semakin besar. Penonton merasa memiliki hak untuk menyuarakan ketidakpuasan mereka dan menuntut akuntabilitas dari para pelaku industri hiburan. Fenomena *cancel culture* menjadi salah satu bentuk tekanan sosial agar figur publik lebih berhati-hati dalam berbicara dan bertindak, karena setiap pernyataan yang mereka keluarkan dapat dengan cepat menyebar dan memicu opini negatif. Di sisi lain, fenomena ini juga menunjukkan bahwa masyarakat ingin industri hiburan lebih selektif dalam memilih artis yang tidak hanya mampu secara profesional, tetapi juga memiliki etika dan sikap yang dapat diterima secara sosial.

Kritik yang muncul dari penonton juga dapat dilihat sebagai bentuk partisipasi aktif dalam industri hiburan. Mereka tidak lagi menjadi penonton pasif yang hanya menerima apa yang disajikan, tetapi lebih sebagai konsumen yang kritis dan berdaya. Dalam konteks ini, pembuat film harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam ekosistem yang lebih besar, di mana suara penonton dapat memengaruhi arah dan keberhasilan sebuah proyek. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk mendengarkan masukan dari penonton dan beradaptasi dengan harapan serta kebutuhan audiens.

Fenomena *cancel culture* yang melanda film "Business Proposal" versi Indonesia menunjukkan bahwa penonton kini lebih kritis dan peka terhadap perilaku publik figur. Mereka tidak ragu untuk menyuarakan pendapat mereka dan mengambil tindakan jika merasa ada yang tidak sesuai. Dalam dunia

perfilman, hal ini menjadi pengingat bagi para pelaku industri untuk lebih berhati-hati dalam berucap dan bertindak, serta untuk selalu menghargai karya asli yang menjadi dasar dari adaptasi yang mereka buat. Dengan demikian, industri hiburan dapat terus berkembang dan menciptakan karya-karya yang tidak hanya menghibur, tetapi juga bermakna dan menghargai nilai-nilai yang ada dalam masyarakat.

Dari berbagai pendapat tersebut, terlihat bahwa penonton memiliki beragam pandangan mengenai film "Business Proposal" versi Indonesia. Beberapa merasa bahwa film ini berhasil menyampaikan pesan dan hiburan, sementara yang lain merasa bahwa adaptasi ini tidak menghargai karya asli dan menghilangkan makna penting dari versi drama Korea. Fenomena cancel culture yang terjadi mencerminkan sensitivitas publik terhadap perilaku publik figur dan harapan agar industri hiburan lebih bertanggung jawab dalam memilih artis dan konsep produksi.

Ketiga, hasil adaptasi yang dianggap kurang memuaskan juga menjadi faktor penyebab fenomena ini. Beberapa penonton yang telah menyaksikan film ini menyampaikan bahwa kualitas adaptasi dianggap kurang menyentuh atau terlalu "maksal". Ada yang menyebutkan bahwa chemistry antar pemeran utama kurang kuat, dan penyesuaian cerita terasa terburu-buru serta tidak seimbang. Efek dari seruan boikot ini berdampak langsung pada jumlah penonton. Menurut laporan detik.com, film ini hanya memperoleh sekitar 16.150 penonton dalam dua hari pertama penayangan, angka yang tergolong rendah untuk film produksi Falcon Pictures, yang biasanya memiliki daya tarik komersial tinggi.

Fenomena ini menunjukkan betapa pentingnya kepekaan budaya, komunikasi publik yang bijak, serta kualitas produksi dalam proyek adaptasi, terutama yang bersumber dari karya dengan basis penggemar besar seperti drama Korea. Resepsi pemirsa terhadap film "Business Proposal" versi Indonesia mencerminkan dinamika yang kompleks antara konten film, konteks sosial, dan respons publik. Pemirsa memiliki peran penting dalam menilai dan merespons adaptasi media asing, serta dalam membentuk norma-norma sosial yang berkaitan dengan etika dan representasi dalam industri hiburan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, tanggapan penonton terhadap film ini beragam.

Informan 1

Isma, yang merupakan salah satu responden dalam penelitian ini, mengungkapkan pandangannya tentang film "Business Proposal" versi Indonesia dengan pernyataan yang cukup tegas, yaitu bahwa film tersebut "not bad but not good." Dengan kata lain, Isma merasa bahwa film ini berada dalam kategori yang ambigu; tidak sepenuhnya buruk, tetapi juga tidak dapat dianggap baik. Ia menilai bahwa kritik yang diarahkan kepada film tersebut tidak berlebihan, dan hal ini menunjukkan bahwa penonton memiliki alasan yang kuat untuk memberikan penilaian kritis terhadap karya tersebut. Menurut Isma, salah satu faktor yang berkontribusi pada citra negatif film di mata penonton adalah sikap Abidzar Al Ghifari, pemeran utama dalam film tersebut. Isma berpendapat bahwa perilaku dan sikap para pemeran, terutama yang menjadi sorotan publik, dapat memengaruhi cara penonton menilai keseluruhan film. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menilai

film dari segi kualitas cerita dan akting, tetapi juga dari perilaku para pemeran di luar layar. Dengan kata lain, Isma menekankan pentingnya integritas dan profesionalisme para aktor dalam membangun citra positif film, yang pada gilirannya dapat memengaruhi penerimaan penonton.

Informan 2

Responden lain, Dhani, juga memberikan pandangannya yang cukup kritis terhadap film ini. Ia menyatakan ketidakpuasannya terhadap pemilihan aktor dan aktris utama, yang menurutnya tidak sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki penonton. Dhani menilai bahwa sikap Abidzar mencerminkan arogansi yang membuat penonton merasa tidak nyaman. Dalam konteks adaptasi, di mana penonton sudah memiliki gambaran dan harapan tertentu terhadap karakter favorit mereka dari versi asli, ketidakpuasan terhadap pemeran utama menjadi isu yang sangat penting. Kegagalan untuk memenuhi ekspektasi ini, menurut Dhani, dapat mengganggu pengalaman menonton secara keseluruhan. Ia merasa bahwa ketika penonton tidak dapat terhubung dengan karakter yang mereka harapkan, hal ini dapat mengurangi daya tarik film dan membuat penonton merasa kecewa. Dhani menekankan bahwa pemilihan aktor yang tepat dan sikap yang baik dari para pemeran sangat penting untuk menciptakan pengalaman menonton yang memuaskan dan menyenangkan.

Informan 3

Sementara itu, Khoirun Niswati memberikan perspektif yang berbeda dengan menyoroti pentingnya fenomena cancel culture sebagai bentuk kontrol sosial dalam industri hiburan. Ia berpendapat bahwa cancel culture dapat

berfungsi sebagai mekanisme untuk menegakkan etika dan tanggung jawab sosial di kalangan publik figur. Dalam pandangannya, pemboikotan film adalah langkah penting untuk menunjukkan ketidaksetujuan masyarakat terhadap sikap yang dianggap tidak profesional, seperti yang ditunjukkan oleh Abidzar. Khoirun menekankan bahwa tindakan masyarakat untuk memboikot film bukan hanya sekadar reaksi emosional, tetapi juga merupakan bentuk pernyataan bahwa mereka mengharapkan standar tertentu dari para pelaku industri hiburan. Dalam konteks ini, *cancel culture* dapat berfungsi sebagai pengingat bagi publik figur agar lebih berhati-hati dalam menyampaikan pernyataan atau bertindak di ruang publik. Khoirun percaya bahwa dengan adanya kontrol sosial semacam ini, para aktor dan aktris akan lebih mempertimbangkan dampak dari tindakan dan ucapan mereka, sehingga dapat menciptakan lingkungan yang lebih profesional dan etis dalam industri hiburan.

Cancel culture, dalam hal ini, berfungsi sebagai alat untuk mendorong kesadaran sosial dan tanggung jawab di kalangan pelaku industri, sekaligus menciptakan ruang untuk dialog yang lebih konstruktif antara pemirsa dan pembuat film (Sulianta, 2025). Memahami konteks budaya asli saat menonton film yang diadaptasi juga menjadi sorotan penting. Penonton yang memiliki pemahaman yang baik tentang budaya asli cenderung dapat menangkap makna dan nuansa cerita dengan lebih dalam. Namun, adaptasi yang baik seharusnya tetap dapat dinikmati tanpa harus mengetahui versi aslinya.

Cancel culture juga menciptakan ruang dialog yang lebih terbuka dan konstruktif antara pemirsa dan pembuat film. Masyarakat modern, terutama generasi muda yang aktif di media sosial, semakin sadar akan peran mereka sebagai konsumen sekaligus penentu keberhasilan sebuah karya (Kusumawati, 2024). Mereka menuntut transparansi, kejujuran, dan akuntabilitas dari para pembuat film. Dengan adanya tekanan ini, para pembuat film pun terdorong untuk tidak hanya fokus pada aspek komersial, tetapi juga pada aspek etika dan budaya dalam proses produksi. Dialog yang tercipta dari reaksi *cancel culture* memungkinkan adanya refleksi bersama yang penting untuk perkembangan industri film agar lebih inklusif, beragam, dan bermakna.

Fenomena *cancel culture* yang berkembang pesat ini juga menunjukkan bahwa hubungan antara penonton dan pembuat film kini jauh lebih dinamis dan interaktif dibandingkan sebelumnya (Rukmana, 2023). Dulu, proses konsumsi karya seni lebih bersifat satu arah; penonton hanya menerima dan mengapresiasi tanpa banyak ruang untuk mengekspresikan ketidakpuasan secara luas. Namun, kehadiran media sosial telah mengubah lanskap tersebut menjadi dua arah, di mana penonton memiliki kekuatan untuk menyuarakan opini mereka secara kolektif dan bahkan mempengaruhi keberlangsungan sebuah karya. Dalam hal ini, *cancel culture* bukan lagi sekadar gerakan sosial yang bersifat destruktif, melainkan juga sebuah panggilan untuk introspeksi dan perbaikan diri dalam dunia hiburan (Amalia, 2023).

Salah satu aspek yang sangat ditekankan dalam diskursus ini adalah pentingnya memahami konteks budaya asli dari sebuah karya film, terutama

ketika film tersebut merupakan adaptasi dari cerita, novel, atau drama yang berasal dari budaya lain (Pramista, 2012). Penonton yang memiliki pemahaman mendalam terhadap budaya asli tentu akan lebih mudah menangkap makna, simbol, dan nuansa yang terkandung dalam cerita. Mereka dapat menghargai detail-detail yang mungkin tidak langsung terlihat bagi penonton umum, sehingga pengalaman menonton menjadi lebih kaya dan bermakna. Misalnya, dalam adaptasi film dari drama Korea atau karya sastra tradisional, elemen-elemen budaya seperti adat istiadat, bahasa, filosofi hidup, dan norma sosial menjadi kunci penting untuk mengapresiasi cerita secara utuh.

Namun demikian, hal yang ideal dari sebuah adaptasi adalah kemampuannya untuk dinikmati oleh penonton tanpa harus memiliki pengetahuan mendalam tentang versi aslinya. Adaptasi yang baik seharusnya mampu menghadirkan cerita yang utuh dan berdiri sendiri, sehingga bisa menarik minat dan perhatian berbagai kalangan penonton, baik yang familiar dengan budaya asal maupun yang tidak (Fachrizal, 2014). Film adaptasi yang sukses adalah yang mampu menggabungkan esensi budaya asli dengan cara penyajian yang relevan dan mudah dipahami oleh penonton dari latar belakang budaya yang berbeda. Dengan kata lain, adaptasi yang baik dapat menjembatani kesenjangan budaya dan menjadikan karya tersebut universal, tanpa kehilangan keunikannya.

Dalam menghadapi tantangan adaptasi, pembuat film perlu berkomitmen untuk menghargai karya asli sambil tetap berinovasi dan

menyesuaikan dengan konteks lokal. Proses adaptasi bukanlah sekadar menyalin cerita dari satu medium ke medium lainnya, melainkan juga melibatkan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai, norma, dan tradisi yang ada dalam budaya asal cerita tersebut (Wardhani, 2023). Ini bukan hanya tentang menciptakan produk yang menghibur, tetapi juga tentang membangun jembatan antara budaya yang berbeda dan menciptakan pemahaman yang lebih baik di antara penonton. Dengan cara ini, film adaptasi dapat berfungsi sebagai alat untuk memperkenalkan elemen-elemen budaya baru kepada penonton, sekaligus menghormati dan merayakan keunikan budaya yang ada.

Pembuat film harus mampu mengidentifikasi elemen-elemen kunci dari karya asli yang perlu dipertahankan, seperti karakter, tema, dan pesan moral, sambil melakukan penyesuaian yang diperlukan agar cerita tersebut dapat diterima dan relevan dengan audiens lokal (Irawati, 2024). Hal ini mencakup pemilihan aktor yang tepat, penyesuaian dialog, serta pengaturan latar yang sesuai dengan konteks budaya setempat. Dengan demikian, adaptasi film dapat menjadi sarana untuk memperkaya industri kreatif di Indonesia dan membuka peluang baru bagi kolaborasi lintas budaya. Melalui kolaborasi ini, pembuat film dapat belajar dari satu sama lain, berbagi pengalaman, dan menciptakan karya yang lebih beragam dan menarik.

Resepsi penonton terhadap film "Business Proposal" versi Indonesia dipengaruhi oleh lebih dari sekadar isi film itu sendiri; konteks sosial dan budaya yang lebih luas, termasuk fenomena cancel culture, juga berperan penting. Cancel culture, yang sering muncul sebagai reaksi terhadap tindakan

atau pernyataan publik yang dianggap tidak pantas, dapat memengaruhi cara penonton menerima dan menilai film. Dalam hal ini, sikap dan perilaku para pemeran, serta interaksi mereka dengan media dan publik, dapat berdampak besar pada citra film secara keseluruhan.

Ketika penonton merasa bahwa para aktor atau aktris tidak menghargai karya asli atau menunjukkan sikap yang tidak profesional, hal ini dapat memicu reaksi negatif dan penolakan terhadap film tersebut. Oleh karena itu, pembuat film perlu memperhatikan tidak hanya aspek teknis dan artistik dari produksi, tetapi juga dampak sosial dari karya mereka. Dengan memahami konteks sosial yang lebih luas, mereka dapat menciptakan film yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap diskusi sosial yang lebih besar.

Selain itu, film adaptasi dapat menjadi sarana untuk mengeksplorasi isu-isu sosial yang relevan dengan masyarakat saat ini. Dengan mengangkat tema-tema yang dekat dengan kehidupan sehari-hari penonton, film adaptasi dapat menciptakan resonansi emosional yang lebih kuat dan mendorong penonton untuk berpikir kritis tentang isu-isu yang dihadapi oleh masyarakat. Dalam hal ini, film "Business Proposal" versi Indonesia dapat dilihat sebagai peluang untuk menggali dinamika hubungan antar karakter dan tantangan yang dihadapi individu dalam konteks budaya Indonesia.

Adaptasi film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium untuk pendidikan dan refleksi sosial. Pembuat film memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa karya mereka tidak hanya menarik secara

visual, tetapi juga bermakna dan relevan bagi audiens. Dalam menghadapi tantangan adaptasi, mereka harus berkomitmen untuk menciptakan karya yang menghormati sumber aslinya dan memberikan nilai tambah bagi penonton.

Akhirnya, keberhasilan adaptasi film sangat bergantung pada kemampuan pembuat film untuk menjalin hubungan yang kuat antara cerita, karakter, dan konteks budaya. Dengan melakukan hal ini, mereka dapat menciptakan karya yang diterima dengan baik oleh penonton dan memberikan dampak positif bagi industri film secara keseluruhan. Adaptasi yang berhasil dapat membuka jalan bagi kolaborasi lintas budaya, memperkaya pengalaman menonton, dan mendorong pertukaran ide yang konstruktif di antara berbagai komunitas.



BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Penerimaan Khalayak Terhadap Pesan Media

Penerimaan pesan media merupakan suatu proses komunikasi yang kompleks dan multidimensional, yang tidak hanya melibatkan penyampaian informasi dari media kepada audiens, tetapi juga mencakup bagaimana informasi tersebut dipahami, ditafsirkan, dan direspons oleh individu. Proses ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk latar belakang pendidikan, pengalaman pribadi, nilai-nilai yang dianut, serta lingkungan sosial dan budaya tempat individu berada. Dengan kata lain, setiap individu membawa kerangka referensi unik yang dibentuk sepanjang perjalanan hidupnya dalam menanggapi setiap pesan media yang diterima.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan pesan media adalah latar belakang pendidikan dan pengalaman hidup. Individu yang memiliki pendidikan formal atau pengalaman dalam bidang seni, komunikasi, atau media umumnya memiliki tingkat literasi media yang lebih tinggi. Mereka cenderung mampu mengidentifikasi unsur-unsur teknis, estetika, dan ideologis dalam sebuah karya media seperti film atau acara televisi. Sebaliknya, individu dengan latar belakang yang kurang mendukung mungkin cenderung mengonsumsi media secara lebih pasif tanpa melakukan penilaian kritis terhadap isi pesan yang disampaikan. Kemampuan untuk mengkritisi media menjadi penting dalam era digital saat ini, di mana arus informasi sangat deras dan pesan-pesan media tidak selalu netral atau objektif.

Selain pendidikan dan pengalaman, faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, latar belakang budaya, dan lingkungan sosial juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi individu terhadap pesan media. Misalnya, generasi muda yang tumbuh dalam era digital umumnya lebih terbuka terhadap inovasi dan eksperimentasi dalam bentuk dan isi media. Mereka lebih mudah menerima perubahan gaya penyampaian pesan, baik dari sisi visual, naratif, maupun ideologis. Sebaliknya, generasi yang lebih tua cenderung mempertahankan nilai-nilai tradisional dan bersikap lebih skeptis terhadap bentuk-bentuk komunikasi media yang dianggap menyimpang dari norma-norma yang mereka anut.

Hal sosial-budaya tertentu, individu dapat memperkuat kecenderungan untuk menerima pesan-pesan yang sesuai dengan nilai-nilai atau pandangan politik yang telah mereka miliki sebelumnya, dan secara aktif menolak pesan-pesan yang bertentangan. Ini merupakan bentuk dari fenomena *selective exposure*, di mana seseorang hanya memilih untuk menerima informasi yang sesuai dengan keyakinannya dan menghindari informasi yang tidak sejalan. Dalam masyarakat yang terpolarisasi secara politik atau ideologis, kecenderungan ini semakin kuat, dan proses penerimaan pesan menjadi sangat subjektif. Dengan demikian, proses interpretasi terhadap media tidak hanya bergantung pada kualitas pesan itu sendiri, melainkan juga pada interaksi antara isi pesan dan struktur identitas serta sistem nilai yang telah terbentuk dalam diri individu.

Fenomena ini dapat diamati dalam konteks penerimaan publik terhadap film “Business Proposal” versi Indonesia. Film ini menuai kontroversi dan memicu gelombang kritik luas dari publik, khususnya di media sosial, sebagai bagian dari fenomena yang dikenal sebagai *cancel culture*. *Cancel culture* merujuk pada praktik sosial di mana individu atau kelompok secara kolektif menarik dukungan dari tokoh publik, produk, atau karya yang dianggap bermasalah secara moral, etika, atau profesional. Dalam kasus ini, film “Business Proposal” versi Indonesia mendapatkan sorotan tajam menyusul pernyataan dari salah satu pemeran utamanya, Abidzar Al Ghifari.

Abidzar menyatakan bahwa dirinya tidak menonton versi asli drama Korea “Business Proposal” dengan alasan ingin membentuk karakter sendiri tanpa terpengaruh oleh interpretasi dari aktor sebelumnya. Pernyataan ini dianggap kontroversial oleh sebagian besar penggemar K-drama, yang menilai tindakan tersebut sebagai bentuk ketidakprofesionalan dan kurangnya penghargaan terhadap karya orisinal. Banyak yang berpendapat bahwa memahami karakter dalam adaptasi seharusnya tetap mengacu pada referensi utama, sebagai bentuk penghormatan terhadap sumber inspirasi sekaligus menjaga keaslian pesan cerita. Sikap Abidzar dinilai arogan dan mencerminkan ketidakpedulian terhadap ekspektasi audiens serta loyalitas penggemar terhadap versi asli.

Penolakan publik terhadap film ini tidak hanya didasarkan pada pernyataan sang aktor, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi kolektif terhadap kualitas produksi, penulisan naskah, serta bagaimana film tersebut

merepresentasikan budaya Korea dalam konteks Indonesia. Sebagian kalangan menganggap bahwa adaptasi tersebut gagal menangkap esensi dari karya aslinya, dan justru mereduksi nilai-nilai yang dibawa dalam versi Korea. Sentimen ini kemudian diperkuat oleh jaringan media sosial, yang mempercepat penyebaran opini negatif dan memperbesar skala reaksi publik melalui tagar, komentar, dan unggahan yang viral.

Kritik yang muncul terhadap Abidzar Al Ghifari dapat dipahami sebagai bentuk ekspresi kekecewaan publik atas tindakan yang dianggap tidak mencerminkan etika profesional dalam industri kreatif. Sikapnya yang mengaku tidak menonton versi asli drama Korea, dianggap oleh sebagian audiens sebagai bentuk pengabaian terhadap referensi penting yang seharusnya menjadi landasan dalam membangun karakter dan narasi film adaptasi. Di sisi lain, tindakan ini juga mencerminkan ketegangan antara keinginan untuk berinovasi dengan tuntutan untuk tetap menghargai karya sumber. Dalam ruang publik digital, ketegangan semacam ini sering kali memunculkan diskursus yang tajam, bahkan memicu polarisasi opini.

Fenomena ini juga menggambarkan bagaimana identitas kolektif audiens terbentuk melalui ikatan emosional terhadap karya-karya budaya yang mereka konsumsi. K-drama, sebagai salah satu produk budaya Korea Selatan yang memiliki basis penggemar besar di Indonesia, tidak hanya dinilai dari kualitas ceritanya, tetapi juga dari nilai-nilai yang diusung, estetika visual, serta kedekatan emosional yang tercipta melalui pengalaman menonton. Oleh karena itu, ketika sebuah karya adaptasi dianggap tidak memenuhi ekspektasi

atau bahkan menunjukkan sikap yang tidak menghormati karya asli, audiens merasa berhak untuk menyuarakan kritik mereka, bahkan melalui aksi kolektif seperti *cancel culture*.

Implikasi dari fenomena ini menjadi sangat penting dalam konteks kajian komunikasi massa dan budaya populer. Di satu sisi, hal ini menegaskan bahwa media memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik dan menjadi alat mobilisasi sosial. Di sisi lain, hal ini juga menjadi peringatan bahwa pelaku industri media harus memahami pentingnya membangun komunikasi dua arah yang terbuka dan menghargai keberagaman perspektif audiens. Kegagalan dalam membaca dinamika sosial dan nilai-nilai budaya yang berkembang di tengah masyarakat dapat berujung pada resistensi, kritik, bahkan penolakan terhadap produk media yang dihasilkan.

Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh aktor, produser, maupun rumah produksi perlu dirancang secara cermat dan berbasis pada pemahaman kontekstual terhadap audiens. Hal ini mencakup sensitivitas terhadap norma budaya, ekspektasi penggemar, serta pentingnya menjaga profesionalisme dalam setiap pernyataan publik. Di era digital yang sangat terbuka, setiap tindakan dan ucapan figur publik akan dengan cepat mendapatkan respons luas, sehingga keterampilan komunikasi yang inklusif, reflektif, dan etis menjadi sangat krusial.

4.2 Reaksi Terhadap Fenomena Cancel Culture

Film "Business Proposal" versi Indonesia telah menjadi sorotan publik, terutama karena munculnya fenomena *cancel culture* yang menyertainya.

Cancel culture, yang merujuk pada praktik mengecam atau memboikot individu atau karya yang dianggap tidak pantas, telah menjadi isu yang semakin relevan di era digital saat ini. Dalam konteks film ini, reaksi penonton terhadap perilisan film tidak hanya mencerminkan ketidakpuasan terhadap adaptasi, tetapi juga menunjukkan bagaimana penonton berinteraksi dengan media dan publik figur. Salah satu pemicu utama dari fenomena ini adalah pernyataan kontroversial yang dikeluarkan oleh Abidzar Al Ghifari, pemeran utama dalam film tersebut.

Abidzar mengaku tidak menonton versi asli drama Korea yang menjadi sumber inspirasi film ini, dengan alasan ingin membentuk karakternya sendiri (Nanda, 2024). Pernyataan ini langsung menuai kritik keras dari penggemar K-drama, yang merasa bahwa sikap tersebut menunjukkan ketidakprofesionalan dan kurangnya penghargaan terhadap karya asli. Bagi banyak penggemar, mengabaikan sumber inspirasi yang telah ada sebelumnya dianggap sebagai bentuk kesombongan dan ketidakpedulian terhadap karya yang telah membangun basis penggemar yang kuat. Hal ini menciptakan ketegangan antara penggemar dan pembuat film, serta memicu reaksi yang lebih luas di kalangan penonton.

Reaksi publik terhadap pernyataan Abidzar tidak hanya terbatas pada kritik verbal di forum-forum diskusi atau media berita, tetapi juga meluas ke media sosial. Platform seperti Twitter, Instagram, dan TikTok menjadi arena bagi banyak pengguna untuk mengekspresikan ketidakpuasan mereka. Banyak

pengguna media sosial yang menggunakan tagar tertentu untuk menyerukan boikot terhadap film "Business Proposal," seperti #BoikotBusinessProposal.

Fenomena ini menunjukkan bahwa penonton kini lebih aktif dalam menyuarakan pendapat mereka dan tidak ragu untuk mengambil tindakan ketika mereka merasa ada yang tidak sesuai. Media sosial berfungsi sebagai alat yang kuat untuk menyebarkan kritik dan mengorganisir gerakan boikot, menciptakan gelombang protes yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap film. Dalam konteks ini, cancel culture berfungsi sebagai mekanisme sosial yang memungkinkan penonton untuk mengekspresikan ketidakpuasan mereka terhadap perilaku publik figur dan menuntut akuntabilitas dari mereka. Hal ini mencerminkan perubahan dalam dinamika hubungan antara penonton dan pembuat film, di mana penonton merasa memiliki hak untuk menuntut penghormatan terhadap karya yang mereka cintai.

Dalam industri perfilman, menghormati sumber referensi merupakan bentuk penghargaan terhadap karya kreatif yang sudah ada, khususnya dalam konteks adaptasi. Mengabaikan referensi tersebut dapat diartikan sebagai bentuk ketidakpedulian terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam cerita aslinya. Penonton yang merasa terhubung dengan versi asli dari "Business Proposal" berpendapat bahwa adaptasi ini harus mampu menghormati dan mempertahankan esensi dari cerita yang telah mereka cintai. Ketika Abidzar mengeluarkan pernyataan yang dianggap meremehkan karya asli, banyak penonton merasa bahwa film ini tidak hanya gagal dalam menghormati sumbernya, tetapi juga berpotensi merugikan citra individu atau kelompok

tertentu. Dalam hal ini, penonton yang berada dalam posisi oposisional merasa terdorong untuk menyuarakan ketidakpuasan mereka melalui media sosial atau platform lainnya, menunjukkan bahwa mereka memiliki kekuatan untuk memengaruhi persepsi publik terhadap film.

Reaksi yang muncul dari penonton mencerminkan kesadaran yang lebih besar terhadap praktik media dan potensi bias yang ada dalam penyajian informasi. Penonton yang skeptis mungkin mempertanyakan niat di balik pembuatan film dan bagaimana hal itu dapat memengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu-isu yang diangkat. Dalam konteks *cancel culture*, penonton yang kritis akan lebih cenderung untuk mempertanyakan niat di balik pembuatan film dan bagaimana hal itu dapat memengaruhi persepsi publik terhadap individu atau isu tertentu. Kesadaran ini menegaskan pentingnya literasi media dalam masyarakat modern, di mana penonton perlu memiliki kemampuan kritis untuk menilai informasi yang disajikan oleh media.

Fenomena *cancel culture* yang melanda film "Business Proposal" menunjukkan bahwa penonton kini lebih kritis dan peka terhadap perilaku publik figur. Mereka tidak ragu untuk menyuarakan pendapat mereka dan mengambil tindakan jika merasa ada yang tidak sesuai. Dalam hal ini, penonton merasa memiliki hak untuk menuntut akuntabilitas dari para pelaku industri hiburan, termasuk aktor, sutradara, dan produser. Ketika Abidzar Al Ghifari mengeluarkan pernyataan yang dianggap kontroversial, reaksi cepat dari netizen di media sosial menciptakan gelombang protes yang berujung pada seruan boikot film. Ini menunjukkan bahwa penonton tidak hanya menilai film

dari segi kualitas cerita dan akting, tetapi juga dari sikap dan perilaku para pemeran yang terlibat.

Pembuat film perlu berkomitmen untuk menghargai karya asli sambil tetap berinovasi dan menyesuaikan dengan konteks lokal. Ini bukan hanya tentang menciptakan produk yang menghibur, tetapi juga tentang membangun jembatan antara budaya yang berbeda dan menciptakan pemahaman yang lebih baik di antara penonton. Dengan demikian, adaptasi film dapat menjadi sarana untuk memperkaya industri kreatif di Indonesia dan membuka peluang baru bagi kolaborasi lintas budaya. Pembuat film harus mampu mengidentifikasi elemen-elemen kunci dari karya asli yang perlu dipertahankan, seperti karakter, tema, dan pesan moral, sambil melakukan penyesuaian yang diperlukan agar cerita tersebut dapat diterima dan relevan dengan audiens lokal.

Reaksi terhadap fenomena *cancel culture* dalam konteks film "Business Proposal" mencerminkan dinamika yang menarik dalam hubungan antara media, penonton, dan konteks sosial yang lebih luas. Penonton tidak hanya berfungsi sebagai konsumen pasif, tetapi juga sebagai agen kritis yang aktif dalam menegosiasikan makna dari apa yang mereka tonton. Hal ini menciptakan ruang bagi dialog yang lebih konstruktif antara penonton dan pembuat film, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas karya di masa depan. Fenomena ini juga menunjukkan bahwa penonton memiliki kekuatan untuk memengaruhi industri hiburan, mendorong pembuat film untuk lebih

berhati-hati dalam menyampaikan pesan dan menghormati karya yang telah ada sebelumnya.

4.3 Fenomena *Cancel Culture* dalam Film "Business Proposal" Versi Indonesia Berdasarkan Teori Resepsi Stuart Hall

Fenomena *cancel culture* yang terjadi sehubungan dengan film "Business Proposal" versi Indonesia dipicu oleh berbagai faktor yang saling berkaitan dan menghasilkan reaksi luas dari publik. Salah satu pemicu utama adalah pernyataan kontroversial dari Abidzar Al Ghifari, pemeran utama film, yang mengaku tidak menonton versi asli drama Korea guna membentuk karakternya sendiri. Pernyataan ini menimbulkan kritik keras dari penggemar K-drama yang menilai sikap tersebut sebagai ketidakprofesionalan dan kurangnya penghargaan terhadap karya asli.

Reaksi tersebut tidak hanya berupa kritik verbal saja, namun juga meluas ke media sosial, tempat banyak pengguna menyebarkan ketidakpuasan mereka dengan mengorganisir boikot terhadap film menggunakan tagar khusus (#BoikotBusinessProposalID). Hal ini menandakan bahwa penonton semakin aktif menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengekspresikan pendapat dan menuntut akuntabilitas dari publik figur maupun para pelaku di dunia hiburan.

Selain itu, fenomena ini menyoroti pentingnya penghormatan terhadap sumber referensi dalam industri perfilman khususnya untuk karya adaptasi. Mengabaikan referensi dianggap sebagai bentuk ketidakpedulian terhadap

nilai-nilai dalam cerita asli, yang semakin memperkuat kritik publik terhadap film tersebut.

Dalam industri perfilman, menghormati sumber referensi merupakan bentuk penghargaan terhadap karya kreatif yang sudah ada, khususnya dalam konteks adaptasi. Mengabaikan referensi tersebut dapat diartikan sebagai bentuk ketidakpedulian terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam cerita aslinya.

Reaksi netizen pun tidak kalah besar. Setelah pernyataan Abidzar menyebar, media sosial dipenuhi dengan seruan boikot menggunakan tagar #BoikotBusinessProposalID di berbagai platform seperti Twitter, Instagram, dan TikTok. Media sosial berperan besar dalam membentuk opini publik dan menjadi wadah utama dalam menyalurkan kritik terhadap figur publik. Masyarakat kini semakin kritis dan menuntut tanggung jawab lebih dari para pelaku industri hiburan.

Berbagai tanggapan yang bervariasi dari penonton film "Business Proposal" versi Indonesia dianalisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Berdasarkan analisis tersebut, tanggapan penonton dapat dikategorikan ke dalam tiga posisi utama: posisi dominan, posisi negosiasi, dan posisi oposisi.

1. Posisi Dominan (Hegemonik)

Posisi dominan terjadi ketika penonton sepenuhnya menerima pesan yang disampaikan oleh film sesuai dengan niat pembuatnya. Dalam konteks film "Business Proposal," contoh penerimaan hegemonik muncul ketika penonton menunjukkan empati atau mengubah pandangan mereka terhadap karakter tertentu setelah menonton film. Hal ini mencerminkan

penerimaan narasi yang dibentuk oleh pembuat film, di mana penonton merasa terhubung dengan cerita dan karakter yang ditampilkan. Misalnya, penonton mungkin merasa bahwa karakter utama memiliki alasan yang kuat untuk bertindak seperti yang mereka lakukan, sehingga mereka menerima pandangan yang disajikan dalam film tanpa keraguan.

Penerimaan ini sering kali dipengaruhi oleh cara pembuat film menyajikan karakter dan alur cerita. Ketika karakter ditampilkan dengan kompleksitas emosional dan latar belakang yang mendalam, penonton cenderung lebih mudah untuk memahami dan menerima tindakan mereka. Dalam hal ini, film "Business Proposal" berhasil menciptakan narasi yang membuat penonton merasa terlibat secara emosional, sehingga mereka dapat merasakan apa yang dirasakan oleh karakter. Ini menunjukkan bahwa film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk membangun empati dan pemahaman di antara penonton.

Posisi dominan ini tidak selalu berarti bahwa penonton sepenuhnya setuju dengan semua aspek dari film. Namun, mereka cenderung menerima pesan utama yang ingin disampaikan oleh pembuat film. Dalam konteks ini, film dapat berfungsi sebagai cermin yang mencerminkan nilai-nilai dan norma-norma sosial yang ada, sehingga penonton merasa bahwa apa yang mereka lihat di layar adalah representasi yang akurat dari realitas yang mereka kenal. Hal ini dapat memperkuat pandangan dan keyakinan yang sudah ada sebelumnya, serta menciptakan konsensus di antara penonton mengenai tema dan pesan yang diangkat dalam film.

2. Posisi Negosiasi

Posisi negosiasi terjadi ketika penonton menerima sebagian dari pesan film tetapi menafsirkannya dengan cara yang menggabungkan pengalaman pribadi atau pandangan dunia mereka sendiri. Dalam hal ini, penonton mungkin setuju dengan beberapa aspek yang disampaikan dalam film, tetapi juga menyampaikan keraguan atau kritik mereka sendiri. Misalnya, penonton dapat menghargai usaha pembuat film dalam mengadaptasi cerita, tetapi juga merasa bahwa ada elemen tertentu yang tidak sesuai dengan konteks budaya lokal atau tidak menghargai karya asli.

Negosiasi makna ini mencerminkan proses aktif di mana penonton berusaha untuk menemukan keseimbangan antara apa yang mereka lihat di layar dan pengalaman serta nilai-nilai yang mereka pegang. Dalam konteks film "Business Proposal," penonton mungkin mengakui bahwa adaptasi tersebut memiliki nilai hiburan, tetapi mereka juga dapat merasakan bahwa beberapa elemen dari cerita tidak sepenuhnya mencerminkan realitas budaya Indonesia. Ini menunjukkan bahwa penonton tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat dalam dialog internal yang kompleks mengenai makna dari apa yang mereka tonton.

Proses negosiasi ini juga dapat menciptakan ruang bagi penonton untuk mengungkapkan kritik dan pertanyaan terhadap narasi film. Misalnya, penonton mungkin merasa bahwa karakter tertentu tidak dikembangkan dengan baik atau bahwa alur cerita tidak cukup kuat untuk

mendukung pesan yang ingin disampaikan. Dalam hal ini, penonton berperan sebagai kritikus yang aktif, yang tidak hanya menilai film berdasarkan apa yang disajikan, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana film tersebut dapat ditingkatkan atau disesuaikan agar lebih relevan dengan konteks lokal.

3. Posisi Oposisional

Posisi oposisional terjadi ketika penonton secara aktif menolak dan menantang pesan yang disampaikan oleh film. Meskipun tidak semua penonton menunjukkan penolakan murni terhadap narasi film, ada indikasi skeptisisme yang bisa dianggap mendekati posisi ini. Penonton mungkin mengekspresikan keraguan tentang tujuan film atau bagaimana cerita disajikan, terutama jika mereka merasa bahwa film tersebut tidak menghargai konteks budaya atau nilai-nilai yang ada.

Dalam hal *cancel culture*, penonton yang berada dalam posisi ini mungkin merasa bahwa film tersebut tidak hanya gagal dalam menyampaikan pesan yang tepat, tetapi juga berpotensi merugikan citra individu atau kelompok tertentu. Misalnya, jika penonton merasa bahwa karakter dalam film digambarkan secara negatif atau tidak adil, mereka mungkin merasa terdorong untuk menyuarakan ketidakpuasan mereka melalui media sosial atau platform lainnya. Ini menunjukkan bahwa penonton memiliki kekuatan untuk memengaruhi persepsi publik terhadap film dan dapat berkontribusi pada fenomena *cancel culture* yang terjadi.

Posisi oposisional ini juga mencerminkan kesadaran penonton terhadap praktik media dan potensi bias yang ada dalam penyajian informasi. Penonton yang skeptis mungkin mempertanyakan niat di balik pembuatan film dan bagaimana hal itu dapat memengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu-isu yang diangkat. Dalam hal ini, penonton tidak hanya berfungsi sebagai konsumen pasif, tetapi juga sebagai agen kritis yang berusaha untuk menuntut akuntabilitas dari pembuat film.

Secara keseluruhan, ketiga posisi ini—dominasi, negosiasi, dan oposisi—menunjukkan bahwa proses resepsi penonton terhadap film "Business Proposal" versi Indonesia adalah kompleks dan berlapis. Penonton tidak hanya menerima pesan secara langsung, tetapi juga terlibat dalam proses aktif yang melibatkan pengalaman pribadi, nilai-nilai, dan konteks sosial yang lebih luas. Hal ini menciptakan dinamika yang menarik dalam hubungan antara media, penonton, dan konteks budaya, serta menunjukkan bahwa film dapat berfungsi sebagai alat untuk membangun dialog dan refleksi di antara penonton.

Film "Business Proposal," yang diadaptasi dari drama Korea populer, menghadapi tantangan besar dalam hal ekspektasi penonton. Banyak penonton yang sudah terikat dengan versi asli merasa bahwa adaptasi ini harus mampu menghormati dan mempertahankan esensi dari cerita yang telah mereka cintai. Namun, ketika pernyataan kontroversial dari salah satu aktor, Abidzar Al Ghifari, muncul, yang menyatakan bahwa ia tidak menonton versi asli untuk menciptakan karakternya sendiri, hal ini

memicu reaksi negatif yang signifikan. Penonton merasa bahwa sikap tersebut menunjukkan ketidakpedulian terhadap karya asli dan dapat dianggap sebagai bentuk kesombongan. Dalam konteks ini, fenomena cancel culture muncul sebagai respons terhadap tindakan yang dianggap tidak pantas oleh publik.

Temuan dari analisis ini mendukung teori Stuart Hall yang menyatakan bahwa media tidak hanya mentransmisikan informasi, tetapi juga terlibat dalam pembentukan ide, nilai, dan persepsi. Dalam konteks film "Business Proposal," narasi yang dibangun oleh pembuat film, serta reaksi penonton terhadap narasi tersebut, menciptakan ruang bagi penonton untuk mengeksplorasi pandangan mereka sendiri. Penonton tidak hanya menerima pesan yang disampaikan, tetapi juga menafsirkan dan menegosiasikan makna berdasarkan pengalaman pribadi, pengetahuan sebelumnya, dan nilai-nilai yang mereka anut.

Responden menunjukkan bahwa mereka tidak hanya pasif menerima informasi yang disajikan oleh media. Sebaliknya, mereka aktif dalam menegosiasikan makna dari apa yang mereka saksikan. Proses ini melibatkan pengalaman pribadi, pengetahuan sebelumnya, dan nilai-nilai mereka. Hal ini menunjukkan bahwa proses resepsi media adalah interaktif dan multidimensional, di mana audiens memainkan peran aktif dalam membangun makna dari pesan yang disampaikan oleh media. Dalam konteks film "Business Proposal," penonton yang merasa terhubung dengan karakter atau cerita mungkin lebih cenderung untuk menerima

narasi yang disajikan, sementara mereka yang merasa tidak puas atau skeptis terhadap adaptasi tersebut akan lebih kritis dalam menilai film.

Selain kemampuan media untuk memengaruhi dan membentuk opini, ada juga tingkat kritik dan skeptisisme dari audiens terhadap narasi yang dibangun oleh media. Ini mencerminkan kesadaran audiens tentang praktik media dan potensi bias atau agenda tertentu di balik penyajian informasi. Kesadaran ini menegaskan pentingnya literasi media dalam masyarakat modern, yang memungkinkan penilaian kritis terhadap informasi yang dikonsumsi. Responden atau audiens mengemukakan kritik terhadap cara media menyajikan film "Business Proposal," menunjukkan bahwa audiens sadar akan kemungkinan adanya bias dan manipulasi dalam penyajian informasi.

Fenomena *cancel culture* yang melanda film ini menunjukkan bahwa penonton kini lebih kritis dan peka terhadap perilaku publik figur. Mereka tidak ragu untuk menyuarakan pendapat mereka dan mengambil tindakan jika merasa ada yang tidak sesuai. Dalam hal ini, penonton merasa memiliki hak untuk menuntut akuntabilitas dari para pelaku industri hiburan, termasuk aktor, sutradara, dan produser. Ketika Abidzar Al Ghifari mengeluarkan pernyataan yang dianggap kontroversial, reaksi cepat dari netizen di media sosial menciptakan gelombang protes yang berujung pada seruan boikot film. Ini menunjukkan bahwa penonton tidak hanya menilai film dari segi kualitas cerita dan akting, tetapi juga dari sikap dan perilaku para pemeran yang terlibat.

Dalam hal ini, penting untuk memahami bagaimana penonton berinteraksi dengan media dan bagaimana mereka membangun makna dari apa yang mereka lihat. Proses resepsi ini tidak hanya melibatkan penerimaan informasi, tetapi juga negosiasi makna yang kompleks. Penonton yang merasa terhubung dengan karakter atau cerita mungkin lebih cenderung untuk menerima narasi yang disajikan, sementara mereka yang merasa tidak puas atau skeptis terhadap adaptasi tersebut akan lebih kritis dalam menilai film. Hal ini menciptakan dinamika yang menarik dalam hubungan antara media, penonton, dan konteks sosial yang lebih luas.

Dalam menghadapi tantangan adaptasi, pembuat film perlu berkomitmen untuk menghargai karya asli sambil tetap berinovasi dan menyesuaikan dengan konteks lokal. Ini bukan hanya tentang menciptakan produk yang menghibur, tetapi juga tentang membangun jembatan antara budaya yang berbeda dan menciptakan pemahaman yang lebih baik di antara penonton. Dengan demikian, adaptasi film dapat menjadi sarana untuk memperkaya industri kreatif di Indonesia dan membuka peluang baru bagi kolaborasi lintas budaya. Pembuat film harus mampu mengidentifikasi elemen-elemen kunci dari karya asli yang perlu dipertahankan, seperti karakter, tema, dan pesan moral, sambil melakukan penyesuaian yang diperlukan agar cerita tersebut dapat diterima dan relevan dengan audiens lokal.

4.4 Dampak Positif Cancel Culture pada Film "Business Proposal"

Cancel culture, meskipun sering kali dipandang negatif, juga memiliki sejumlah dampak positif yang signifikan terhadap film "Business Proposal" versi Indonesia. Salah satu dampak positif utama adalah peningkatan akuntabilitas di kalangan pembuat film dan aktor. Dalam era di mana media sosial memberikan suara kepada penonton, mereka tidak ragu untuk menyuarakan ketidakpuasan mereka terhadap perilaku publik figur. Hal ini mendorong para pembuat film untuk lebih berhati-hati dalam menyampaikan pesan dan memilih kata-kata mereka, terutama ketika berhadapan dengan karya yang telah memiliki basis penggemar yang kuat.

Ketika Abidzar Al Ghifari, pemeran utama film, mengeluarkan pernyataan yang dianggap meremehkan penggemar drama Korea, reaksi cepat dari publik menunjukkan bahwa penonton kini lebih sadar akan pentingnya menghormati karya asli. Ini menciptakan tekanan bagi para aktor dan tim produksi untuk lebih menghargai sumber materi yang mereka adaptasi. Dengan demikian, cancel berfungsi sebagai pengingat bahwa setiap tindakan dan pernyataan publik figur dapat memiliki konsekuensi yang luas, baik bagi karier mereka maupun bagi karya yang mereka bintang.

Dampak positif lainnya adalah munculnya dialog yang lebih konstruktif antara penonton dan pembuat film. Ketika penonton menyuarakan ketidakpuasan mereka, hal ini membuka ruang untuk diskusi yang lebih dalam mengenai nilai-nilai yang terkandung dalam film. Diskusi ini tidak hanya terbatas pada aspek teknis film, tetapi juga mencakup isu-isu sosial yang lebih luas, seperti representasi budaya, gender, dan etika dalam industri hiburan.

Dengan adanya dialog ini, pembuat film dapat memperoleh wawasan yang berharga tentang harapan dan ekspektasi penonton, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas karya mereka di masa depan.

Hal ini sejalan dengan posisi dominan dalam teori Stuart Hall, di mana penonton dapat menerima makna yang disampaikan oleh film, tetapi juga memiliki kekuatan untuk menuntut perubahan. Ketika penonton merasa bahwa film tidak menghormati karya asli atau tidak memenuhi ekspektasi mereka, mereka dapat menyuarakan ketidakpuasan mereka. Ini menciptakan dialog yang lebih konstruktif antara pembuat film dan penonton, yang merupakan inti dari proses decoding yang dijelaskan oleh Stuart Hall.

Teori Stuart Hall mencerminkan posisi negosiasi, di mana penonton tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga terlibat dalam proses aktif untuk menafsirkan makna. Diskusi yang muncul dari kritik terhadap film dapat memperkaya pemahaman penonton tentang nilai-nilai yang terkandung dalam karya tersebut, serta meningkatkan kesadaran sosial.

Cancel culture juga dapat mendorong inovasi dalam industri film. Ketika penonton menuntut perubahan dan perbaikan, pembuat film dituntut untuk berpikir kreatif dan mencari cara baru untuk menyampaikan cerita. Hal ini dapat menghasilkan karya-karya yang lebih beragam dan menarik, yang tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan pesan yang kuat dan relevan. Dalam konteks film "Business Proposal," hal ini dapat mendorong pembuat film untuk mengeksplorasi cara-cara baru dalam mengadaptasi cerita, sehingga

menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan sesuai dengan harapan penonton.

Selain itu, cancel culture dapat berfungsi sebagai alat untuk menegakkan etika dalam industri hiburan. Ketika publik menuntut akuntabilitas dari para pelaku industri, hal ini menciptakan standar yang lebih tinggi untuk perilaku dan sikap publik figur. Dalam jangka panjang, ini dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih profesional dan etis dalam industri film, di mana para aktor dan pembuat film merasa terdorong untuk bertindak dengan integritas dan menghormati karya yang mereka adaptasi.

4.5 Dampak Negatif Cancel Culture pada Film "Business Proposal"

Di sisi lain, cancel culture juga membawa dampak negatif yang signifikan terhadap film "Business Proposal." Salah satu dampak negatif utama adalah potensi kerusakan reputasi bagi individu yang terlibat dalam film, terutama bagi aktor dan tim produksi. Ketika Abidzar Al Ghifari mengeluarkan pernyataan yang dianggap kontroversial, reaksi publik yang keras dapat mengakibatkan boikot terhadap film dan merusak citra aktor tersebut. Dalam industri hiburan, di mana reputasi sangat penting, dampak ini dapat berakibat fatal bagi karier seorang aktor, bahkan dapat mengakibatkan hilangnya peluang kerja di masa depan.

Dalam teor Stuart Hall, di mana penonton tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga mempertanyakan niat di balik pembuatan film. Ketika penonton merasa bahwa film tidak menghargai konteks budaya

atau nilai-nilai yang ada, mereka mungkin mengekspresikan ketidakpuasan mereka, yang dapat berujung pada cancel culture.

Dampak negatif lainnya adalah munculnya ketakutan di kalangan pembuat film untuk bereksperimen atau berinovasi. Ketika para pembuat film merasa tertekan untuk selalu memenuhi ekspektasi publik, mereka mungkin menjadi enggan untuk mengambil risiko dalam menciptakan karya yang lebih berani dan kreatif. Hal ini dapat mengakibatkan stagnasi dalam industri film, di mana karya-karya yang dihasilkan menjadi monoton dan tidak menarik. Ketidakpastian ini dapat menghambat perkembangan seni dan budaya, yang seharusnya menjadi ruang untuk eksplorasi dan inovasi.

Cancel culture juga dapat menciptakan suasana yang tidak nyaman bagi para pelaku industri. Ketika kritik dan seruan boikot menjadi hal yang umum, para aktor dan pembuat film mungkin merasa tertekan untuk selalu tampil sempurna dan tidak membuat kesalahan. Hal ini dapat mengakibatkan stres dan tekanan mental yang tinggi, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kinerja mereka. Dalam jangka panjang, ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang tidak sehat, di mana kreativitas dan kolaborasi terhambat oleh ketakutan akan kritik publik.

Selain itu, cancel culture dapat menyebabkan polarisasi di kalangan penonton. Ketika penonton terbagi menjadi kelompok yang mendukung dan menolak, hal ini dapat menciptakan ketegangan dan konflik yang tidak perlu. Penonton yang merasa sangat terikat dengan versi asli dari "Business Proposal" mungkin merasa bahwa adaptasi ini tidak menghargai karya yang mereka

cintai, sementara penonton yang lebih terbuka terhadap perubahan mungkin merasa bahwa kritik tersebut berlebihan. Ketegangan ini dapat mengganggu pengalaman menonton dan menciptakan suasana yang tidak kondusif untuk diskusi yang konstruktif.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian mengenai resepsi pemirsa terhadap fenomena cancel culture pada film "Business Proposal" versi Indonesia, dapat disimpulkan bahwa penerimaan penonton terhadap film ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perilaku publik figur, ekspektasi terhadap adaptasi, dan konteks sosial yang lebih luas. Penonton tidak hanya menilai film berdasarkan kualitas cerita dan akting, tetapi juga mempertimbangkan sikap dan pernyataan para pemeran, terutama yang berkaitan dengan karya asli yang diadaptasi.

Pernyataan kontroversial dari Abidzar Al Ghifari, pemeran utama film, yang mengaku tidak menonton versi asli drama Korea, memicu reaksi negatif yang signifikan dari penggemar. Hal ini menunjukkan bahwa penonton memiliki harapan yang tinggi terhadap adaptasi, terutama ketika mereka sudah terikat secara emosional dengan versi aslinya. Ketidakpuasan terhadap pemilihan aktor dan aktris, serta kurangnya chemistry antar karakter, juga menjadi faktor penting yang memengaruhi penilaian penonton terhadap film ini.

Fenomena cancel culture yang muncul sebagai respons terhadap film ini mencerminkan kekuatan opini publik di era digital. Media sosial memberikan platform bagi penonton untuk menyuarakan ketidakpuasan mereka dan menuntut akuntabilitas dari para pelaku industri hiburan. Seruan

boikot yang masif menunjukkan bahwa penonton kini lebih aktif dan kritis dalam menanggapi karya seni, serta mengharapkan standar yang lebih tinggi dari para pembuat film.

Teori resepsi Stuart Hall memberikan kerangka yang relevan untuk memahami dinamika ini. Hall menekankan bahwa makna media tidak bersifat tetap, melainkan dibentuk melalui interaksi antara teks dan audiens. Dalam hal ini, penonton tidak hanya menerima pesan yang disampaikan secara pasif, tetapi juga terlibat dalam proses aktif yang melibatkan pengalaman pribadi, nilai-nilai, dan konteks sosial yang lebih luas. Penonton yang merasa terhubung dengan karakter atau cerita mungkin lebih cenderung untuk menerima narasi yang disajikan, sementara mereka yang merasa tidak puas atau skeptis terhadap adaptasi tersebut akan lebih kritis dalam menilai film.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai resepsi pemirsa terhadap fenomena cancel culture pada film "Business Proposal" versi Indonesia, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan untuk para pembuat film dan pemangku kepentingan di industri perfilman adalah :

1. Bagi pembuat film untuk melakukan riset yang mendalam mengenai karya asli yang akan diadaptasi. Riset ini tidak hanya mencakup pemahaman terhadap alur cerita dan karakter, tetapi juga nilai-nilai budaya dan nilai sosial yang terkandung dalam karya tersebut.
2. Bagi pembuat film perlu memperhatikan pemilihan aktor dan aktris yang tidak hanya memiliki kemampuan akting yang baik, tetapi juga mampu

membangun chemistry yang kuat antar karakter. Hal ini penting untuk menciptakan keterhubungan emosional antara penonton dan karakter dalam film. Keterhubungan ini dapat meningkatkan penerimaan penonton terhadap film dan mengurangi potensi kritik yang muncul akibat ketidakpuasan terhadap pemilihan pemeran.

3. Film harus lebih peka terhadap dinamika opini publik yang berkembang di era digital. Media sosial telah menjadi platform yang kuat bagi penonton untuk menyuarakan pendapat dan kritik mereka.
4. Industri perfilman di Indonesia perlu terus beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi harapan penonton yang semakin kritis dan peka terhadap isu-isu sosial. Pembuat film harus berkomitmen untuk menciptakan karya yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan pesan yang relevan dan bermakna.

Sehingga adaptasi film dapat berfungsi sebagai sarana untuk memperkaya industri kreatif di Indonesia dan membuka peluang baru bagi kolaborasi lintas budaya. Melalui pendekatan yang lebih inklusif dan responsif terhadap kebutuhan penonton, diharapkan industri perfilman Indonesia dapat terus berkembang dan menghasilkan karya-karya yang berkualitas tinggi serta mampu bersaing di tingkat global.

DAFTAR PUSTAKA

A. Jurnal

- Altamira, M. B., & Movementi, S. G. (2023). Fenomena Cancel Culture Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 10(1), 5.
- Amalia, W., Untari, F. I., & Arafah, S. N. (2023). Mengungkap Cancel Culture: Studi Fenomenologis tentang Kebangkitan dan Dampaknya di Era Digital. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(4), 10384-10402.
- Ayu, S. (2024). *Analisis resepsi penonton tentang soundtrack dalam film "Air Mata di Ujung Sajadah"* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Clark, M. D. (2020). Drag them: A brief etymology of so-called 'cancel culture'. *Communication and the Public*, 5(3-4), 88-92. <https://doi.org/10.1177/2057047320961562>
- Fachrizal, F. (2014). *Strategi program siaran "Sweet Afternoon" Tirta FM dalam menarik minat pendengar* (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Ghoni, L. A. (2024). (SCAN FULL SATU LEMBAR PADA LEMBAR BERTTD/JUDUL TIDAK TERPISAH, UPLOAD ULANG)... *Representasi kegigihan dalam film Denias Senandung di Atas Awan karya John De Rantau (Analisis Semiotika Roland Barthes)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo)
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. Dalam S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-79* (hlm. 128-138). London: Routledge.
- Hermiza, M. (2022). Fenomena boikot massal (cancel culture) di media sosial. *Jurnal Riset Indragiri*, 1(3), 174-181.
- Irawan, A., & Flowerina, I. (2024). Peran aktor utama dalam menyampaikan pesan kepada penonton melalui film Antara Kopi dan Skripsi. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, 2(2), 489-504
- Irawati, D. A., Roekhan, R., & Andajani, K. (2024). Rekonstruksi kreatif cerita pendek menjadi cerita mini. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(3), 2433-2439.

- Kusumawati, N. (2024). Representasi “Cancel Culture” dalam film *Budi Pekerti*. *Jurnal Media Penyiaran*, 4(2), 40-49.
- Mucharam, A. (2022). Membangun komunikasi publik yang efektif. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(1), 71-82.
- NANDA, O. A. F. (2024). *Fenomena menonton drama Korea terhadap perubahan gaya hidup remaja di Desa Trimulyo Kec. Tegineneng* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Nugroho, S. (2021). *Teknik kreatif produksi film: Publikasi media sosial*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.
- Pramista, L. R. (2012). *Representasi identitas budaya lokal Bali dalam kuasa postcolonial pada film Eat Pray Love* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Rukmana, A. Y., Zebua, R. S. Y., Aryanto, D., Nur'Aini, I., Ardiansyah, W., Adhicandra, I., & Setiawan, Z. (2023). *Dunia multimedia: Pengenalan dan penerapannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Septian, M. D., & Leksono, A. B. (2023). *Manajemen Branding*. Universitas Brawijaya Press.
- Swastiwi, A. W. (2024). *Globalisasi dan Media: Konvergensi Budaya dan Komunikasi*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Umanailo, M. C. B. (2019). Paradigma konstruktivis. Dalam *Metodologi penelitian*. https://www.researchgate.net/publication/336764265_Paradigma_Konstruktivis
- Wardhani, M. K., Kom, S. I., Wardhani, M. K. M. K., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2023). Peran dan kontribusi production designer dalam industri perfilman: Studi kasus pada proses perancangan produksi visual. *Pro Film Jurnal*, 4(4), 112-140.

B. Sumber Internet

- Nguyen, T. (2020, October 22). *What does it mean to be canceled?* The New York Times. <https://www.nytimes.com/2020/10/22/style/cancel-culture.html> (diakses tanggal 24 Mei 2025)
- Oxford English Dictionary. (2023). *Controversy*. <https://www.oed.com>

Tempo.co. (2024, May 16). *Imbas boikot, A Business Proposal versi Indonesia sepi penonton hingga turun layar*
<https://www.tempo.co/teroka/imbas-boikot-a-business-proposal-versi-indonesia-sepi-penonton-hingga-turun-layar-1205271> (diakses tanggal 25 Mei 2025)

C. Buku

Graber, D. A., & Dunaway, J. (2017). *Mass media and American politics* (10th ed.). CQ Press.

Lasswell, H. D. *The communication of ideas*. Harper and Brothers.

Lasswell, H. D. *The structure and function of communication in society*. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper and Brothers.

Lippmann, W. *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company.

Noelle-Neumann, E. *The spiral of silence: Public opinion – Our social skin*. University of Chicago Press.

Storey, J. (2015). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (7th ed.). Routledge.

Sulianta, F. (2025). *Masyarakat digital: Tren, tantangan, dan perubahan di era teknologi*. Feri Sulianta.

