

Analisis Semiotika *Cancel Culture* pada Film Oshi No Ko (Live Action)

Mizra Ardiyansyah¹, Muhammad Fathoni²

¹Universitas Bumigora, ²Universitas Bumigora

ardiansyahmizra48@gmail.com, muhammad.fathoni@universitasbumigora.ac.id

Published: February , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis fenomena *cancel culture* dalam film Oshi No Ko (Live Action) dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Film sendiri sebagai media audio visual memiliki kemampuan untuk membangun makna, membentuk persepsi, serta merepresentasikan fenomena sosial yang berkembang di era digital. *Cancel culture* adalah fenomena sosial yang ditandai dengan penghakiman massal, ujaran kebencian, dan tekanan psikologis terhadap *public figure* melalui media sosial. Film Oshi No Ko (Live Action) dipilih sebagai objek penelitian karena secara eksplisit menunjukkan sisi gelap dari industri hiburan, khususnya bagaimana konstruksi media dan opini publik berdampak pada kondisi psikologis seorang *public figure* muda, yang direpresentasikan melalui karakter Akane. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan analisis semiotika Roland Barthes yang mencakup makna denotatif, konotatif, dan mitos. Data diperoleh melalui observasi mendalam terhadap adegan-adegan film yang relevan dengan isu *cancel culture* serta dokumentasi visual berupa tangkapan layar, didukung oleh studi literatur dari jurnal ilmiah dan sumber terkait. Hasil analisis menunjukkan bahwa *cancel culture* direpresentasikan melalui simbol visual, narasi media, dan ekspresi karakter yang menegaskan adanya hukuman sosial, tekanan emosional, serta kerentanan psikologis. Pada tingkat mitos, film ini membangun pemaknaan bahwa media dan opini publik memiliki kuasa besar dalam membentuk realitas sosial dan menentukan nilai individu. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian semiotika dan komunikasi visual dalam memahami representasi isu sosial kontemporer pada media film.

Keywords: Semiotika, cancel culture, film, Roland Barthes, Oshi No Ko

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Film merupakan media yang sangat populer dan efektif untuk mengkomunikasikan pesan. Melalui perpaduan unsur visual, audio, narasi, hingga simbol menjadikannya media komunikasi yang kompleks sehingga memiliki kekuatan untuk membangun persepsi dan cara berfikir audiens/penonton. Dalam bukunya, (Alfathoni & Manesah, 2020) menyebutkan film yang terdiri dari audio dan visual memiliki kemampuan untuk mempengaruhi emosi penonton melalui visual gambar yang ditampilkan. Melalui seni audio visual yang terdapat pada film dan kemampuannya dalam menangkap realita sekitar, menjadikan film sebagai wadah alternatif untuk menyampaikan pesan kepada penonton.

Film sendiri sangat potensial sebagai media komunikasi kritik sosial sehingga mampu mengajak audiens ikut mengkritisi fenomena yang terjadi dalam film, dan juga sebagai media sosialisasi yang mengarah pada perubahan yang lebih baik (Laksonia dalam Nurjunita dkk., 2024).

Fenomena atau isu sosial yang belakangan ini menjadi pembicaraan hangat dan marak terjadi adalah *cancel culture*, di mana seorang *public figure* seperti artis bisa tiba-tiba “dihukum” secara sosial melalui komentar negatif, ujaran kebencian, ataupun *cyberbullying* yang dipengaruhi oleh opini massa. *Cancel culture* sebagaimana yang terdapat pada (Merriam-Webster) dapat diartikan sebagai praktik yang melibatkan penolakan atau pembatalan massal sebagai upaya untuk menunjukkan ketidaksetujuan dan

memberikan tekanan sosial. Fenomena ini mencerminkan dinamika kekuasaan publik dan budaya penghakiman di era digital.

Fenomena ini dapat banyak kita temui terutama di media sosial, salah satu kasus yang pernah menjadi perbincangan di jagat maya dialami oleh aktor Abidzar Al Ghifari, yang membintangi film *A Business Proposal* versi Indonesia, Abidzar mendapat kritik tajam dan menjadi sasaran *cancel culture* dari sebagian kelompok masyarakat, terutama di platform media sosial, akibat pernyataannya kontroversialnya dalam sesi promosi film. Ia mengaku tidak menonton versi asli dari drama Korea *A Business Proposal* yang ia perankan ulang, dengan alasan ingin menciptakan interpretasinya sendiri atas karakter tersebut dan tidak ingin sama persis dengan aslinya (Okezone, 2025, ANTARA, 2025, Context.id, 2025, Indozone, 2025).

Pernyataan tersebut menuai reaksi negatif, karena dianggap menunjukkan kurangnya apresiasi terhadap karya aslinya. Kontroversi ini berdampak pada persepsi publik terhadap film tersebut, yang akhirnya dirilis pada 6 Februari 2025 dan menerima rating rendah, yakni 1,7/10 di IMDb (IMDb, 2025).

Tentunya fenomena *cancel culture* ini sedikit banyak menginspirasi para penulis maupun sutradara film untuk menuangkannya dalam karya mereka. Salah satu film yang secara eksplisit mengangkat isu tersebut adalah *Oshi No Ko (Live Action)*. Atas berkat kepopuleran dari versi Manga dan Anime-nya, karya dari Aka Akasaka ini lanjut diadaptasikan menjadi sebuah film *Live Action* yang dirilis pada 28 November 2024 dan disutradarai oleh Hana Matsumoto dan Ryusuke Imoto, film ini dibagi menjadi dua bagian yaitu serial drama yang berjumlah 8 episode dan film layar lebar berdurasi sekitar 2 jam 9 menit (Prime Video, 2025).

Secara singkat film ini mengisahkan tentang kehidupan kelam seorang idol bernama Ai Hoshino dan dua anak rahasianya, Aqua dan Ruby, yang bereinkarnasi dari dua penggemarnya. Setelah kematian tragis Ai akibat ditikam oleh seorang penguntit, Aqua dan Ruby tumbuh dengan ambisi untuk menyelidiki misteri di balik kematian ibunya. Film ini merepresentasikan sisi gelap dari dunia hiburan, termasuk tekanan sosial, eksploitasi media, dan *cyberbullying*, yang mana relevan dengan fenomena *cancel culture*.

Film ini dipilih karena mengangkat isu sosial yang populer dan sangat kontekstual dengan budaya digital saat ini, film ini juga menawarkan perspektif yang unik dengan mengisahkan sisi kelam dalam dunia hiburan melalui beberapa angle seperti idol, aktor/aktris, penyanyi, youtuber, dll. Sehingga memberikan gambaran kompleks tentang bagaimana dampak dari fenomena *cancel culture* ini pada *public figure* seperti mereka.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *cancel culture* direpresentasikan secara visual dan simbolik pada film *Oshi No Ko (Live Action)*. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan teori semiotika Roland Barthes. Yaitu dengan menafsirkan pemaknaan tanda-tanda dari visual film yang menunjukkan dampak dari *cancel culture* melalui makna denotatif, konotatif, dan mitos. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian ilmu komunikasi visual dan semiotika dalam analisis pada media film, terutama dalam memahami representasi isu sosial seperti *cancel culture*.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Yaitu penelitian yang berfokus untuk mendeskripsikan makna visual dan simbolik dalam film *Oshi No Ko (Live Action)* yang merepresentasikan *cancel culture*. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda (*sign*), berfungsinya tanda, dan produksi makna. Semiotika Barthes atau yang juga dikenal sebagai semiotika konotatif membagi tanda menjadi dua tingkatan pemaknaan yakni denotasi dan konotasi yang kemudian berkembang menjadi konsep mitos (Sumartono, 2017).

Pendekatan yang dijabarkan di atas dirasa tepat karena mampu menjawab bagaimana representasi visual dalam sebuah film memuat dan menggambarkan fenomena *cancel culture*.

Sumber data utama pada penelitian ini berupa serangkaian *scene* pada film *Oshi No Ko (Live Action)* yang memvisualisasikan *cancel culture* yang kemudian didukung dengan artikel berita, jurnal ilmiah, dan

sumber lain yang relevan, termasuk fenomena *cancel culture* yang terjadi pada aktor Indonesia Abidzar Al Ghifari. Data kemudian dikumpulkan melalui dua metode;

1. Observasi, yaitu dengan menonton dan mencermati film *Oshi no Ko* (Live Action) secara mendalam untuk mengidentifikasi adegan-adegan yang relevan dengan isu *cancel culture*.
2. Dokumentasi visual, berupa pencatatan dan pengambilan tangkapan layar (*screenshot*) dari adegan penting sebagai bahan analisis.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang menekankan pada pemaknaan denotatif (makna literal), konotatif (makna kultural/implisit), dan juga mitos (makna ideologis atau konstruksi sosial yang terbentuk dari tanda). Selanjutnya data-data tersebut diproses secara sistematis menggunakan model analisis data Miles dan Hubberman (Zulfirman, 2022). Yang mana terdiri dari tiga tahap;

1. Reduksi data, proses memilah dan memilih *scene* yang relevan dengan tema *cancel culture*.
2. Penyajian data, disajikan dalam bentuk artikel jurnal
3. Penarikan kesimpulan, yaitu menafsirkan makna dari representasi visual dalam film dan mengaitkannya dengan teori *cancel culture*.

PEMBAHASAN

Dalam serial *Oshi No Ko Live Action*, pada episode 3, Karakter Akane diceritakan sebagai seorang aktris muda jenius yang tampil dalam sebuah *reality show* bertemakan percintaan remaja. Dalam salah satu episode, terjadi sebuah insiden di mana Akane melukai pemeran lain secara tidak sengaja saat dalam adegan drama. Hal tersebut kemudian memicu gelombang kemarahan di sosial media. Tindakan Akane dinilai warganet sebagai bentuk kekerasan dan tidak profesional, dan berujung pada ujaran kebencian, hujatan publik, hingga ancaman dan pembatalan. Peristiwa ini kemudian menyebabkan tekanan psikologis dan rasa bersalah yang mendalam yang dirasakan Akane.

Cancel culture dapat dipahami sebagai sebuah aksi penolakan, kecaman, ataupun pemboikotan yang melibatkan sejumlah kelompok masyarakat sebagai bentuk protes atau ketidaksetujuan kepada suatu individu atau kelompok yang dianggap telah melakukan hal yang kontroversial. Dalam kamus Merriam Webster dijelaskan *cancel culture* yaitu sebagai praktik yang melibatkan penolakan atau pembatalan massal sebagai upaya untuk menunjukkan ketidaksetujuan dan memberikan tekanan sosial.

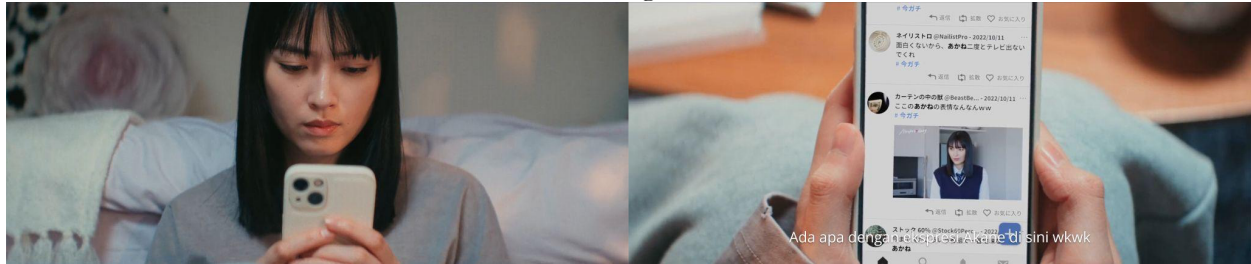
Anjarini dalam sebuah penelitiannya menyebutkan, secara teoritis, *cancel culture* dapat ditinjau berdasarkan pada teori aliran dua langkah (*two step flow theory*), yang mana berdasarkan teori ini distribusi informasi melalui media sosial ditransformasikan dari sebuah pesan menjadi tindakan. Lebih lanjut dijelaskan seseorang yang menjadi aktivis yang memulai aksi pembatalan dapat mengkritik tokoh publik bahkan menggiring opini publik untuk turut serta memberikan penghakiman kepada individu atau kelompok yang dianggap melanggar norma etika tertentu (Anjarini, 2020).

Adapun *cancel culture* ini dapat mengakibatkan dampak ganda, yaitu dapat berupa konstruktif dan destruktif kepada individu atau kelompok yang terkena *cancel*. Seperti yang dijelaskan (Altamira & Movementi, 2022) dalam penelitiannya;

1. Dampak positif
 - a. *Cancel Culture* dapat menjadi alat kontrol sosial dalam bermasyarakat.
 - b. *Cancel Culture* sebagai alasan untuk tokoh publik agar lebih berhati-hati dalam memproduksi dan mempublikasikan konten.
 - c. *Cancel Culture* efektif dalam menghalau rasisme, seksisme, kekerasan, dan hal membahayakan lainnya.
2. Dampak negatif
 - a. *Cancel Culture* dapat merusak image dari tokoh publik terkait tuduhan yang belum pasti kebenarannya.
 - b. *Cancel Culture* dapat menggiring orang untuk mengikuti suara mayoritas terhadap suatu isu, bahkan jika mereka memiliki pendapat yang berbeda.
 - c. *Cancel Culture* dapat menciptakan kondisi *spiral of silence*, dikarenakan fenomena ini membungkam kelompok orang dengan pandangan yang berbeda.

Scene 1

Gambar 1. Screenshot adegan, 00:12:40 – 00:12:51



- a. Denotasi
Seorang perempuan (Akane) duduk di atas tempat tidur sambil memegang ponselnya. Perempuan tersebut terlihat serius dan tegang. Layar ponselnya menunjukkan tampilan media sosial dengan komentar-komentar negatif dan ejekan.
- b. Konotasi
Medium close-up dan eye level angle memfokuskan kedekatan emosional dengan perspektif netral. Ekspresi tegang menggambarkan perasaan tidak nyaman dan tekanan emosional. Komentar negatif mengindikasikan kekuatan opini publik yang dengan mudahnya menyudutkan seseorang, bahkan hanya karena ekspresi wajahnya.
- c. Mitos
Gambar ini merepresentasikan bagaimana anonimitas di internet dapat membuat orang merasa bebas untuk merendahkan orang lain tanpa konsekuensi langsung. Tazkiyyah dalam penelitiannya menyebutkan para pelaku *cyberbullying* dapat secara bebas mengetikkan ujaran kebencian terhadap korban tanpa memikirkan bahwa yang menuliskan hal tersebut adalah mereka karena menurut mereka tidak ada yang tahu siapa orang di balik akun anonim (Tazkiyyah dkk., 2021).

Scene 2

Gambar 2. Screenshot adegan, 00:13:11 – 00:13:18



- a. Denotasi
Akane berdiri terdiam mengenakan seragam sekolah dan mendengar manajernya dimarahi oleh atasan acara. Terdengar percakapan bernada keras yang menyalahkan Akane karena dianggap tidak memberikan kontribusi. Akane menunjukkan ekspresi tertekan dan cemas.
- b. Konotasi
Dialog keras antara atasan dan manajer serta ekspresi wajah Akane menggambarkan konflik batin, rasa tertekan, dan perasaan gagal memenuhi ekspektasi publik/profesional. Seragam sekolah menandakan usianya yang masih remaja.
- c. Mitos
Adegan ini menggambarkan bahwa eksistensi seorang *entertainer* akan dianggap bernilai jika dapat memberikan performa yang “menguntungkan” secara sosial dan ekonomi. Dalam sebuah penelitian yang ditulis oleh Fitri, dijelaskan bahwa kebanyakan remaja masih belum matang secara emosional, karena belum mampu mengatur fungsi fisik dan psikisnya secara optimal (Fitri & Adelya, 2017). Sehingga momen ini semakin membuat Akane tertekan.

Scene 3

Gambar 3. Screenshot adegan, 00:14:56 – 00:15:54



- a. Denotasi
Akane meminta saran kepada sutradara acara, dan diminta untuk bertindak lebih agresif demi meningkatkan daya tariknya pada acara tersebut. Akane mendengarkan saran tersebut sambil mencatatnya.
- b. Konotasi
Akane berupaya untuk tampil lebih menonjol dengan meminta saran kepada sutradara. Sutradara memberikan saran untuk menambah bumbu drama dan meningkatkan daya tarik Akane serta acara tersebut. Dengan keadaannya yang tertekan, Akane mencatat dan mempertimbangkan saran tersebut.
- c. Mitos
Drama dan konflik biasanya lebih menarik perhatian audiens. Makaf dalam sebuah penelitiannya menjelaskan bahwa konflik adalah bagian terpenting dari sebuah drama, karena bersumber pada cerita adaptasi kehidupan bermasyarakat (Makaf, 2018). Selain itu mitos yang terbentuk adalah bahwa dalam *reality show*, reaksi dan konflik terjadi secara alami, padahal sebenarnya dikonstruksi untuk konsumsi publik.

Scene 4

Gambar 4. Screenshot adegan, 00:18:54 – 00:21:06

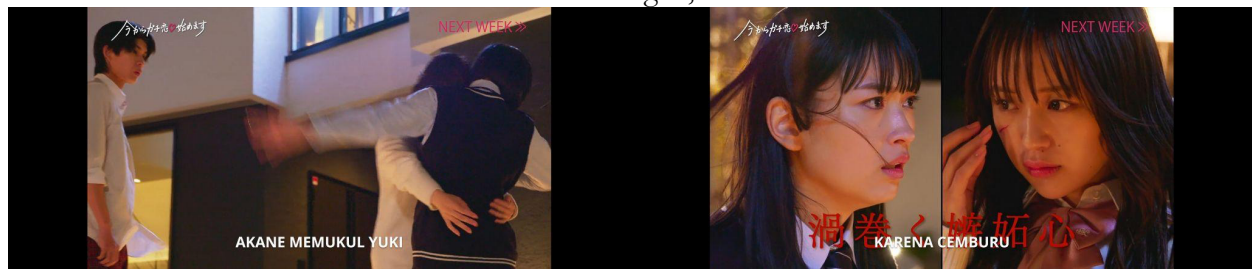


- a. Denotasi
Akane memicu konflik dengan Yuki dan menyebabkan insiden di depan kamera. Akane meminta maaf dan tidak bermaksud melakukannya. Yuki memeluk Akane dan berdamai.
- b. Konotasi
Akane memainkan peran jahat supaya dapat atensi dan dianggap layak tampil. Yuki memaafkan dan memeluk Akane yang menandakan bahwa Yuki memahami kesulitan dan tekanan yang dialaminya.
- c. Mitos
Walaupun di setiap kelompok orang ada konflik, namun biasanya konflik tersebut dapat dengan mudah terselesaikan dengan saling memahami. Berdasarkan penelitian yang ditulis oleh Salsabila, tindakan yang dilakukan Yuki merupakan bentuk dari bahasa cinta (*love language*) yang ditujukan sebagai simbol rasa nyaman terhadap sahabat dan juga memberi dukungan emosional (Salsabila dkk., 2023). Namun di media, konflik dan luka dapat menjadi narasi yang

menarik untuk dijual, hal ini sejalan dengan yang dinyatakan oleh Khusnia dalam penelitiannya, yaitu konflik merupakan realitas sosial yang mengandung *news value* (Khusnia, 2009).

Scene 5

Gambar 5. Screenshot adegan, 00:21:14 – 00:21:22



- Denotasi**
Gambar menunjukkan Akane melayangkan tangan ke wajah Yuki hingga membuatnya terluka. Teks narasi “AKANE MEMUKUL YUKI” dan “KARENA CEBURU”. Terdapat juga label “NEXT WEEK”.
- Konotasi**
Tindakan Akane diasosiasikan dengan emosi negatif seperti kecemburuan dan kekerasan. Kecemburuan merupakan salah satu penyebab terjadinya tindakan *dating violence* (Brown dalam Fajri & Nisa, 2019). Visual dan narasi menciptakan kesan bahwa Akane sebagai antagonis dalam cerita. Label “NEXT WEEK” menjadi tanda bahwa ini bagian cuplikan promosi episode berikutnya. Hal tersebut untuk memunculkan rasa penasaran dan memancing emosi penonton.
- Mitos**
Media dapat memanipulasi realitas sehingga sesuai dengan narasi populer untuk meningkatkan atensi penonton. Persepsi publik dapat dikendalikan melalui potongan visual dan teks. Yaqin dalam bukunya menyatakan bahwa caption dan naskah video merupakan dua bentuk penulisan pendek yang memiliki kekuatan yang besar untuk membangun persepsi, emosi, dan tindakan audiens (Yaqin dkk., 2025).

Scene 6

Gambar 6. Screenshot adegan, 00:21:23 – 00:22:09



- Denotasi**
Banyak orang mulai berkomentar dan membuat unggahan berisi kebencian dan hinaan. Komentar tersebut antara lain:
“Dia sungguh seperti itu?”
“Dia mulai sombong.”
“AKU TAK MAU MELIHAT WAJAHNYA.”
“SEMOMA DIA KECELAKAAN.”
“JANGAN TAMPIL LAGI DI TV.”
“KAU MENJIIKKAN, AKANE.”
- Konotasi**
Tindakan itu merupakan sebuah bentuk penolakan dan pembatalan terhadap karakter Akane, di mana karena satu kesalahan yang bahkan belum jelas konteksnya.
- Mitos**
Publik (netizen) memiliki kekuatan moral kolektif untuk menghakimi dan menghukum selebriti. Kesalahan sekecil apapun bagi *public figure* pantas mendapatkan konsekuensi sosial

yang besar, hingga ancaman kekerasan. Perkembangan *cancel culture* yang pesat tidak diimbangi dengan pola pikir kritis dan bertanggung jawab dari pengguna media sosial. Alhasil, *cancel culture* justru berubah menjadi hukuman sewenang-wenang dan tanpa dasar yang jelas (Juniman, 2023).

Scene 7

Gambar 7. Screenshot adegan, 00:22:41 – 00:23:06



- a. Denotasi
Akane berdiri di tengah sorotan dengan wajah cemas dan dikelilingi oleh orang-orang yang menatap dan mencibirnya. Latar belakang hitam pekat.
- b. Konotasi
Adegan ini menggambarkan tekanan psikologi berat yang dialami Akane sebagai korban *cancel culture*. Posisi Akane yang dikelilingi orang-orang dengan ekspresi menyalahkannya memberi kesan rasa tidak berdaya dan ketakutan. Latar belakang yang hitam pekat mewakili isi batin Akane.
- c. Mitos
Perasaan tertekan dan *overthinking* dapat memicu stres dan cenderung merenungkan masalah secara berlebihan. Dikutip dari Antika, *overthinking* merupakan salah satu faktor penyumbang utama gangguan psikologis seperti kecemasan, depresi, dan stres (Antika dkk., 2025).

Scene 8

Gambar 8. Screenshot adegan, 00:26:54 – 00:29:02

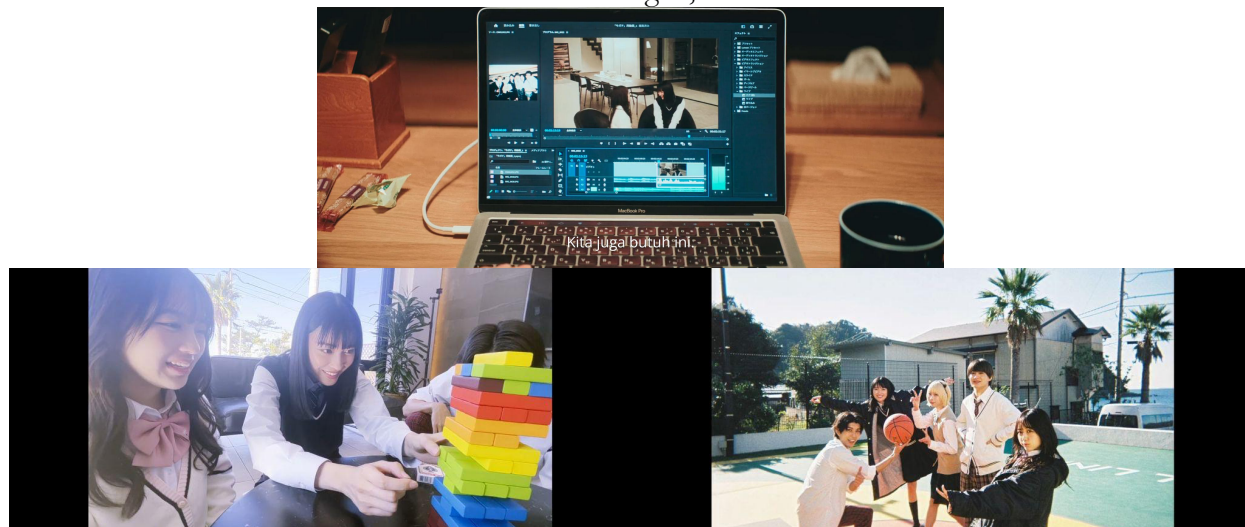


- a. Denotasi
Akane duduk lemah dan basah kuyup dengan latar belakang hujan deras yang diambil dengan teknik high angle. Akane menaiki pagar jembatan, lalu kemudian ditahan oleh Aqua.
- b. Konotasi
Pengambilan gambar dengan high angle dapat menekankan keterasingan dan ketidakberdayaan karakter, dengan monolog dan latar belakang hujan semakin menekankan suasana hati Akane yang penuh tekanan, kacau, dan sedih. Tindakan menaiki pagar merupakan representasi puncak keputusasaannya, dengan dialog “andai semuanya hilang” mengkonotasikan tindakan bunuh diri. Aqua hadir mencerminkan penyelamat dan harapan.
- c. Mitos
Dampak dari *cancel culture* yang menargetkan Akane menyebabkan stres dan depresi, hingga tindakan lebih jauh seperti bunuh diri. Bunuh diri adalah tindakan seseorang untuk mengakhiri

hidupnya sendiri secara sengaja, karena dianggap sebagai jalan keluar terbaik untuk menyelesaikan masalah (Biroli, 2018). Terlebih dengan emosionalnya yang belum matang. Aqua yang menyelamatkannya dapat menjadi berarti dalam hidupnya.

Scene 9

Gambar 9. Screenshot adegan, 00:34:56 – 00:37:55



- a. Denotasi
Aqua menyusun video menggunakan perangkat lunak editing seperti Premiere Pro. Klip yang ditampilkan adalah klip suasana akrab dan damai antara para pemeran *reality show*.
- b. Konotasi
Mereka bermaksud untuk membuat video yang menunjukkan keakraban mereka saat sedang tidak syuting, dan juga menunjukkan Akane dan Yuki yang sudah berbaikan. Upaya ini sebagai bentuk kontra-narasi terhadap *framing* media yang sebelumnya menjatuhkan Akane.
- c. Mitos
Media bukan hanya sebagai alat dokumentasi, tetapi juga dapat menjadi alat kontrol dan pembentuk opini. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Choiriyati, dijelaskan bahwa media massa digunakan untuk menyebarkan informasi, baik sebagai pencitraan diri, ataupun dalam upaya menjatuhkan lawan atau pihak-pihak tertentu (Choiriyati, 2019).

Scene 10

Gambar 10. Screenshot adegan, 00:38:12 – 00:38:32



- a. Denotasi
Video *behind the scene* dipublikasikan dan ditonton oleh masyarakat luas melalui media sosial. Terlihat respons dan komentar-komentar positif dari publik.
“Mereka amat akrab.”
“Semua orang tampak tersenyum lebih alami daripada yang dilakukan di acara itu.”
“Sama sekali tidak terasa buatan.”
“Saya mulai menangis.”
- b. Konotasi
Video yang ditonton oleh banyak orang tersebut dapat menandakan video tersebut berhasil menjangkau masyarakat luas dan komentar positif dapat menggambarkan emosi dan perubahan persepsi penonton. Ungkapan seperti “tersenyum lebih alami” dan “tidak terasa buatan” menunjukkan bahwa akhirnya publik merasa tersentuh oleh keaslian di balik layar, bukan sensasi.

c. Mitos

Opini publik biasanya banyak dipengaruhi dari idola mereka, ketika idola mereka telah akrab dengan seseorang yang mereka hukum, publik dapat berubah dari menghukum jadi mendukung. Hal ini disebut sebagai hubungan parasosial. Publik atau fans seringkali merasakan hubungan emosional satu arah (*parasocial*) dengan idola mereka, sehingga membuat mereka meniru pandangan, tindakan, hingga nilai-nilai idola mereka tersebut. Hal ini diperkuat pada penelitian yang dilakukan oleh Perbawani, bahwa ditemukan hubungan yang signifikan antara parasosial dengan loyalitas fans (Perbawani & Nuralin, 2021).

Secara keseluruhan, representasi *cancel culture* pada film ini dapat dikaitkan dengan *two-step flow theory*. Teori ini diformulasikan oleh Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, dan Hazel Gaudet dalam buku *The People's Choice* (Lazarsfeld dkk., 1948). Media berperan sebagai penyampai pesan utama (*step 1*) yang menyajikan informasi yang telah terdistorsi. Dalam hal ini, acara *reality show* tersebut menciptakan *frame* narasi negatif terhadap Akane. Kemudian netizen yang berpengaruh, akun gosip, *fanbase*, warganet lokal, maupun pengguna aktif media sosial berperan sebagai *opinion leader*, yang kemudian menyebarkan dan memperkuat narasi tersebut di media sosial. Hasilnya terjadi gelombang hujatan besar seperti yang terdapat pada *scene* 6. Ini merupakan dampak dari (*step 2*), yaitu *mass audience* yang tergiring opininya dan membentuk *cancel culture*.

KESIMPULAN

Makna denotatif yang terkandung dalam film tersebut menggambarkan bahwa dalam dunia hiburan, akan ada banyak sekali tekanan dan ekspektasi dari berbagai pihak. Selain itu, kesalahan sekecil apapun dapat merusak citra seseorang, terlebih pada media sosial. Komentar kebencian, hujatan, dan kecaman publik dapat membuat seseorang trauma hingga pada puncaknya, terjadi upaya bunuh diri. Melalui dialog, ekspresi, dan visualnya dapat mempermudah penonton mengerti isi filmnya. Teknik pengambilan gambarnya dari *eye level* menjadi *high angle* pada puncak konflik yang dialami Akane. Secara konotasi memperlihatkan bagaimana tekanan sosial dan *cancel culture* mempengaruhi mental seorang remaja, serta menggambarkan perjuangan individu yang rentan di tengah ekspektasi dan tuntutan publik. Mitos yang terbentuk dalam film ini bahwa realitas yang ditampilkan media tidak selalu murni, dan opini publik dapat dengan mudah dibentuk oleh narasi yang telah dikurasi.

REFERENSI

- Alfathoni, M. A. M., & Manesah, D. (2020). *Pengantar Teori Film*. Deepublish.
- Altamira, M. B., & Movementi, S. G. (2022). FENOMENA CANCEL CULTURE DI INDONESIA: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 10(1), 37. <https://doi.org/10.7454/jvi.v10i1.1177>
- Anjarini, D. N. (2020). Cancel Culture in the Frame of Comparison of Indonesia and South Korea. *Jurnal Scientia Indonesia*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.15294/jsi.v6i1.36131>
- Antika, S., Sartika, S., Liatre, Rahmayani, & Imelda. (2025). DAMPAK KESEHATAN MENTAL AKIBAT OVERTHINKING DAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA. *MEDIKA: Jurnal Kasus Dan Penelitian Kesehatan*, 1(1), Article 1.
- Biroli, A. (2018). Bunuh Diri Dalam Perspektif Sosiologi. *Simulacra*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.21107/sml.v1i2.4996>
- CANCEL CULTURE Definition & Meaning—Merriam-Webster. (t.t.). Diambil 19 Juni 2025, dari <https://www.merriam-webster.com/dictionary/cancel%20culture>
- Choiriyati, S. (2019). PERAN MEDIA MASSA DALAM MEMBENTUK OPINI PUBLIK. *PERSPEKTIF*, 0, Article 0. <https://uml.ac.id>

- Fajri, P. M., & Nisa, H. (2019). KECEMBURUAN DAN PERILAKU DATING VIOLENCE PADA REMAJA AKHIR. *Proyeksi*, 14(2), Article 2. <https://doi.org/10.30659/jp.14.2.115-125>
- Fitri, N. F., & Adelya, B. (2017). *Kematangan emosi remaja dalam pengentasan masalah*. 2(2).
- Juniman, P. T. (2023). Analisis Kritis Fenomena Cancel Culture dan Ancaman terhadap Kebebasan Berekspresi: Critical Analysis of Cancel Culture Phenomena and Threats to Freedom of Expression. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 18(1), Article 1. <https://doi.org/10.37680/adabiya.v18i1.2451>
- Khusnia, H. N. (2009). *Media dan pemberitaan konflik: Analisis framing pemberitaan konflik Timur Tengah pada Harian Kompas dan Republika edisi 28 Desember 2008 sampai dengan 19 Januari 2009* [Universitas Gadjah Mada]. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/44532>
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Columbia University Press. <https://books.google.co.id/books?id=S-lnIFR02FIC>
- Luthfia, A. (2025, Februari 9) *Abidzar dihujat netizen, apa sebenarnya fenomena cancel culture?* - ANTARA News. (t.t.). Diambil 8 Juli 2025, dari <https://www.antaranews.com/berita/4637333/abidzar-dihujat-netizen-apa-sebenarnya-fenomena-cancel-culture>
- Makaf, A. (2018). PARADIGMA KONFLIK DALAM DRAMA ANALISIS UNSUR INTRINSIK, REKAYASA DRAMATIK, DAN RESOLUSI KONFLIK. *Acintya*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.33153/acy.v10i1.2285>
- Nazhif, N. J. (2025, Februari 17). *Cancel Culture dan Nasib Film Abidzar?* - Context.id. (t.t.). Diambil 8 Juli 2025, dari <https://context.id/read/2833/cancel-culture-dan-nasib-film-abidzar%3F>
- Nurjunita, I. H. E., & Dwivayani, K. D. (2024). Analisis dampak cancel culture dalam film Budi Pekerti semiotika Roland Barthes. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 365.
- Perbawani, P. S., & Nuralin, A. J. (2021). *Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans dalam Fandom KPop di Indonesia*. 9.
- Prijanto, R. (Direktur). (2025, Februari 6). *A Business Proposal* [Comedy, Drama, Romance]. Falcon Pictures.
- Rianjani, E. H., Putri Octavia Saragih, Olivia. (2025, Februari 19). *Mengenal Cancel Culture yang Dialami oleh Abidzar Al Ghifari, Aksi Positif atau Sekadar Cyberbullying?* news.indozone.id. <https://news.indozone.id/sorotan/915660796/mengenal-cancel-culture-yang-dialami-oleh-abidzar-al-ghifari-aksi-positif-atau-sekadar-cyberbullying>
- Salsabila, N. R., Martono, N., & Sulistyoningsih, E. D. (2023). Makna Love Language pada Persahabatan Sesama Jenis. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), Article 2. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i3.6794>
- Smith (Direktur). (2025, Februari 19). *Oshi no Ko: The Final Act* [Drama, Fantasy, Music]. Toei Company.

- Sumartono; (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Seni Rupa & Desain* (Jakarta). FSRD Universitas Trisakti. //opac.isi.ac.id/%2Findex.php/%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D41056
- Tazkiyah, I., Fadillah, A. R., Kusuma, F. W., Siswantoro, M. F., & Cahyono, S. A. (2021). PERAN ANONIMITAS TERHADAP CYBERBULLYING PADA MEDIA SOSIAL. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v1i1.74>
- Wardani, R. (2025, Februari 3). *5 Kontroversi Abidzar Al Ghifari, dari Cium Anjing hingga Ogah Nonton A Business Proposal Versi Korea—PAGE 2: Okezone Celebrity*. (t.t.). Diambil 9 Juli 2025, dari <https://celebrity.okezone.com/read/2025/02/03/33/3110188/5-kontroversi-abidzar-al-ghifari-dari-cium-anjing-hingga-ogah-nonton-a-business-proposal-versi-korea?page=2>
- Yaqin, M. A., Arini 'Inayaturohmah, Ijet, M. I. M. atau, Fachreza, R., Istiqomah, F. P., Prasetyo, D., Aroiqi, A. A. A., & Qoyimah, S. D. (2025). *Scale Up Your Brand: Panduan Meningkatkan Citra dan Daya Tarik Brand melalui Visual, AI, dan Strategi Digital*. CV Lutfi Gilang.
- Zulfirman, R. (2022). IMPLEMETASI METODE OUTDOOR LEARNING DALAM PENINGKATAN HASIL BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI MAN 1 MEDAN. *Jurnal Penelitian*, 3(2).