

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Cancel Culture di Media Sosial: Studi Kasus Gaya Komunikasi Abidzar Al-Ghifari dalam Promosi Film *A Business Proposal* di TikTok, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi Abidzar Al-Ghifari dalam proses promosi film dinilai oleh khalayak sebagai gaya komunikasi yang cenderung spontan, percaya diri, dan terus terang dalam menyampaikan pendapat. Namun, beberapa pernyataan yang disampaikan, khususnya mengenai ketidaktertarikan untuk menonton versi asli (*original*) sebelum memerankan tokoh utama, menimbulkan beragam pemaknaan di kalangan pengguna TikTok.

Berdasarkan analisis resepsi Stuart Hall terhadap 480 komentar yang dianalisis, diperoleh 45 komentar (9,38%) berada pada Dominant-Hegemonic Position, 303 komentar (63,13%) berada pada Negotiated Position, dan 133 komentar (27,71%) berada pada Oppositional Position. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Negotiated Position merupakan kategori yang paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas khalayak tidak sepenuhnya menerima maupun menolak pesan yang disampaikan Abidzar Al-Ghifari, melainkan memberikan pemaknaan berdasarkan pengalaman, pengetahuan, ekspektasi terhadap adaptasi film, serta sudut pandang masing-masing.

Sementara itu, keberadaan Oppositional Position yang mencapai 27,71% menunjukkan bahwa sebagian khalayak memberikan penolakan terhadap gaya komunikasi Abidzar Al-Ghifari. Penolakan tersebut diwujudkan melalui kritik, sindiran, ejekan, maupun komentar yang mempertanyakan profesionalisme dalam mempromosikan film. Di sisi lain, Dominant-Hegemonic Position hanya mencapai 9,38%, yang menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil khalayak menerima pesan yang disampaikan tanpa memberikan penafsiran atau penolakan.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa respons khalayak terhadap gaya komunikasi Abidzar Al-Ghifari lebih didominasi oleh pemaknaan negosiasi dibandingkan penolakan secara penuh. Oleh karena itu, fenomena *cancel culture* dalam kasus ini tidak tercermin melalui penolakan seluruh khalayak, melainkan melalui munculnya kelompok khalayak yang secara aktif memberikan penolakan terhadap gaya komunikasi Abidzar Al-Ghifari di media sosial TikTok. Temuan ini memperlihatkan bahwa *cancel culture* muncul sebagai salah satu bentuk respons sebagian khalayak terhadap komunikasi figur publik, sementara sebagian besar khalayak tetap melakukan proses interpretasi secara kritis sebelum menentukan sikap.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian, figur publik maupun pihak yang terlibat dalam kegiatan promosi di media sosial diharapkan lebih memperhatikan gaya komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Pemilihan kata, cara penyampaian, serta pemahaman terhadap karakteristik audiens menjadi hal penting untuk meminimalkan munculnya multitafsir maupun respons negatif di media sosial. Selain itu, pengguna media sosial juga diharapkan dapat memberikan kritik secara objektif dan proporsional dengan mempertimbangkan konteks informasi yang diterima, sehingga perbedaan pendapat tidak berkembang menjadi serangan personal yang dapat memicu fenomena *cancel culture*. Bagi rumah produksi, penelitian ini menunjukkan pentingnya melakukan media training terhadap talent yang terlibat dalam promosi agar penyampaian pesan lebih terarah, terukur, dan sesuai dengan strategi komunikasi yang telah dirancang. Selain itu, kesiapan dalam menghadapi potensi krisis komunikasi di media sosial juga perlu menjadi bagian dari perencanaan promosi.

5.2.2 Saran Akademis

Penelitian ini hanya menganalisis resepsi khalayak terhadap gaya komunikasi Abidzar Al-Ghifari melalui komentar pada empat unggahan TikTok dalam rentang pertengahan Januari hingga awal Maret 2025 dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi Stuart Hall. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan platform media sosial lain atau menggunakan pendekatan dan metode yang berbeda, seperti analisis sentimen, analisis wacana, maupun wawancara mendalam. Dengan demikian, hasil penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses pembentukan opini publik dan fenomena *cancel culture* di media sosial.