

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia digital dan media sosial telah memberikan ruang yang luas bagi publik untuk mengekspresikan pendapat dan membentuk opini secara terbuka. Kemajuan teknologi digital, termasuk internet dan media sosial, telah menciptakan banyak peluang atau sarana bagi masyarakat untuk berbicara, menyampaikan pandangan, berbagi informasi, dan berdiskusi mengenai berbagai isu. Tidak seperti dulu yang hanya mengandalkan media cetak atau televisi, sekarang siapa pun bisa berpendapat secara terbuka di platform seperti X (Twitter), Facebook, Instagram, YouTube, dan lainnya. Selain itu, pendapat-pendapat tersebut bisa menyebar dengan cepat dan memengaruhi cara berpikir orang lain, sehingga terbentuklah opini publik secara luas.

Namun, di sisi lain fenomena ini juga memunculkan tantangan baru dalam dunia komunikasi, salah satunya adalah *cancel culture*. *Cancel culture* merupakan bentuk sanksi sosial dari masyarakat terhadap individu atau publik figur yang dianggap melakukan tindakan kontroversial atau tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku. Budaya cancel ini, meskipun sering kali tampak sepele, dapat menjadi racun yang menular di masyarakat, terutama ketika orang-orang “ikut-ikutan” tanpa memahami

sepenuhnya alasan di balik tindakan tersebut¹. Dalam konteks industri hiburan, hal ini dapat menjadi krisis serius yang berdampak pada reputasi pribadi maupun institusi yang terlibat. Fenomena *cancel culture* ini telah terjadi pada beberapa selebritas di dunia hiburan baik di Indonesia maupun di luar negeri. Di Indonesia terdapat kasus *cancel culture* yang menimpa salah satu penyiar dan pengusaha Gofar Hilman.

Kasus *cancel culture* terhadap Gofar Hilman bermula dari tuduhan pelecehan seksual yang muncul di media sosial. Sekitar tahun 2018, seorang wanita yang dikenal di Twitter atau X dengan nama akun @quweenjojo menulis bahwa dirinya pernah mengalami pelecehan oleh Gofar saat hadir di sebuah acara di daerah Malang. Walaupun kejadian tersebut telah terjadi beberapa tahun sebelumnya, unggahan tersebut baru viral pada Juli 2021. Unggahan itu langsung menyebar luas dan membuat nama Gofar menjadi topik utama di media sosial Indonesia. Akibatnya, Gofar kehilangan banyak pekerjaan, kontrak bisnis, dan perusahaan yang didirikan olehnya dan teman-temannya Lawless Jakarta akhirnya memutuskan hubungan dengan Gofar. Kemudian, Gofar membantah pernah melakukan pelecehan seksual, namun ia mengakui bahwa sempat bersikap tidak sopan dengan merangkul tanpa izin. Sembilan bulan setelah kasus tuduhan pelecehan seksual tersebut, Gofar Hilman mengaku menghadapi kerugian lebih dari Rp 10 Miliar atas pembatalan berbagai

¹ Asrori Khozinatul, "Fenomena Cancel Culture: Dampak Terhadap Kebebasan Berbicara Dan Sosial," *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 10, no. 2 (2024).

kontrak kerja². Namun, beberapa bulan kemudian, @quweenjojo meminta maaf kepada Gofar dan mencabut tuduhannya, menyatakan bahwa pernyataan nnnn memberikan dampak negatif bagi orang yang terkena dampaknya.

Kasus *cancel culture* juga terjadi di Korea Selatan, kasus Kim Seon-ho menjadi salah satu yang paling terkenal. Pada tahun 2021, aktor Kim Seon-ho sedang populer karena drama yang dibintanginya sukses. Namun, pada Oktober 2021 seorang wanita anonim mengaku mantan pacarnya yang kemudian diidentifikasi publik sebagai Kim Seon-ho, memaksanya untuk melakukan aborsi dengan janji akan menikahnya, tetapi hubungan keduanya berakhir secara sepihak. Unggahan tersebut langsung viral dan memicu reaksi buruk dari publik serta industri hiburan. Dalam waktu singkat, Kim Seon-ho kehilangan banyak kontrak iklan, dihapus dari proyek film dan acara televisi, serta mendapatkan hujan di media sosial. Kim Seon-ho kemudian mengeluarkan permintaan maaf resmi, namun tindakan itu justru dianggap sebagai pengakuan atas tuduhan yang dilontarkan kepadanya. Beberapa bulan kemudian, muncul laporan dari media dan orang-orang terdekat dari kedua pihak yang menyatakan bahwa tuduhan tersebut tidak sepenuhnya benar. Mereka menjelaskan bahwa keputusan aborsi dilakukan atas persetujuan kedua pihak, dan hubungan keduanya berakhir tanpa paksaan. Setelah fakta baru ini

² Rintan Puspita Sari, "Cerita Gofar Hilman Jual 3 Mobil Dan Rugi Rp 10 Miliar Lebih Usai Terseret Kasus Dugaan Pelecehan Seksual," Kompas.com, 2022, <https://www.kompas.com/hype/read/2022/02/28/101545466/cerita-gofar-hilman-jual-3-mobil-dan-rugi-rp-10-miliar-lebih-usai-terseret>.

terungkap, opini publik mulai berubah dan banyak menilai bahwa sebenarnya Kim Seon-ho menjadi korban *cancel culture* akibat berita yang belum sepenuhnya benar. Setelah kasus tersebut, Kim Seon-ho melakukan hiatus dari kegiatan drama, acara televisi, dan iklan yang dibintanginya. Dengan langkah ini, ia justru mendapatkan lebih banyak simpati dari publik, hal ini dapat ditandai dengan respon publik yang tidak lagi melakukan *cancel culture* terhadap dirinya dan menyuarakan keinginan agar ia kembali ke dunia hiburan³. Tindakan ini dapat dianggap sebagai usahanya untuk memulihkan reputasi diri setelah insiden tersebut.

Menurut Eve Ng (2020) budaya *cancel culture* melalui platform digital menunjukkan betapa cepatnya sirkulasi dan masifnya reaksi akan sebuah konten⁴. Fenomena *cancel culture* menunjukkan bagaimana opini publik di era digital dapat memberikan dampak signifikan terhadap reputasi individu maupun lembaga. Dalam media sosial yang serba cepat dan terbuka, tindakan atau pernyataan yang dianggap tidak sesuai dengan norma sosial dapat dengan mudah memicu kecaman publik. Hal ini tidak hanya mempengaruhi citra individu atau lembaga yang menjadi sasaran, tetapi juga berdampak pada kepercayaan publik, hubungan stakeholder, serta keberlangsungan karir atau bisnis.

³ Cendera Rizky Bangun and Nareswari Kumaralalita, "Kim Seon Ho, You Are Cancelled: The Collective Understanding of Cancel Culture," *Jurnal Komunikatif* 11, no. 1 (2022): 1–10, <https://doi.org/10.33508/jk.v11i1.3785>.

⁴ Melisa Bunga Altamira and Satwika Gemala Movementi, "Fenomena Cancel Culture Di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur," *Jurnal Vokasi Indonesia* 10, no. 1 (2022): 37, <https://doi.org/10.7454/jvi.v10i1.1177>.

Oleh karena itu, pemahaman dalam pengaruh *cancel culture* terhadap reputasi menjadi penting untuk melihat bagaimana dinamika sosial di media digital membentuk persepsi publik dan strategi pengelolaan reputasi di era digital saat ini. Selain itu, penelitian mengenai fenomena ini menarik untuk dilakukan karena kajian yang membahas mengenai dampak *cancel culture* secara mendalam dari sudut pandang komunikasi dan media sosial masih terbatas, serta karena adanya kaitan dengan perkembangan perilaku masyarakat digital yang semakin kritis terhadap isu sosial membuat peneliti tertarik dalam meneliti topik ini secara mendalam.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, “Bagaimana manajemen krisis yang dilakukan oleh Abidzar Al-Ghifari terkait fenomena *cancel culture* terhadap film A Business Proposal pada media sosial?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan maka tujuan penelitian ini dilakukan yaitu untuk menganalisis manajemen krisis yang dilakukan Abidzar Al-Ghifari terkait fenomena *cancel culture* terhadap film A Business Proposal pada media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang manajemen krisis
2. Menambah wawasan mengenai peran manajemen krisis dalam menghadapi fenomena *cancel culture* di era digital
3. Memperkaya kajian ilmiah mengenai strategi komunikasi krisis, pengelolaan opini publik, dan pemulihan citra dalam konteks industri hiburan dan media sosial

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan acuan bagi praktisi Public Relations dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk menangani krisis akibat *cancel culture*.
2. Menjadi referensi bagi industri hiburan dalam mengelola citra publik figur agar tetap positif di tengah dinamika opini publik di media sosial.
3. Membantu lembaga atau organisasi dalam memahami pentingnya respons komunikasi yang cepat, tepat, dan terstruktur dalam menghadapi isu reputasi

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma interpretif digunakan dalam penelitian ini karena berfokus pada pemaknaan subjektif terhadap fenomena sosial yang diteliti. Penelitian mengenai analisis manajemen krisis dalam film *A Business Proposal* yang dikaitkan dengan fenomena *cancel culture* terhadap Abidzar Al-Ghifari di media sosial membuat peneliti untuk memahami makna, pesan, serta interpretasi yang terkandung dalam teks media.

Paradigma ini berpandangan bahwa realitas tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan terbentuk melalui interaksi sosial dan pengalaman individu yang unik. Peneliti yang bekerja dengan paradigma ini bertujuan untuk memahami bagaimana individu atau kelompok memaknai dan menginterpretasikan dunia di sekitar mereka⁵. Melalui paradigma interpretif ini, penelitian tidak hanya menilai peristiwa yang terjadi secara objektif, tetapi juga berusaha menggali bagaimana pesan mengenai manajemen krisis dan praktik *cancel culture* dikonstruksi dalam film dan konten media tersebut. Dengan demikian, paradigma interpretif memungkinkan peneliti untuk mengungkap realitas sosial yang dibangun melalui

⁵ Nabil Hayyan et al., "Fenomena Konten Challenge Viral Di Youtube Pada Kalangan Mahasiswa KPI 5C: Studi Kasus Konten Challenge Pada Kanal Youtube @Mrbeast," *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 5 (2024): 168–79, <https://doi.org/10.5281/zenodo.14565261>.

representasi media, serta relevansinya terhadap isu-isu sosial dan budaya antar manusia.

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menekankan pada pengamatan dan pemahaman yang alamiah dan mendalam, disajikan secara deskriptif serta diinterpretasikan secara komprehensif⁶. Pada penelitian ini ditentukan untuk menggunakan metode kualitatif analisis isi untuk mengkaji secara spesifik kasus krisis reputasi yang dialami oleh Abidzar Al-Ghifari. Metode analisis isi digunakan untuk menganalisis serta menginterpretasikan teks atau komunikasi secara sistematis dan objektif untuk mengungkap makna, tema, atau konsep yang terkandung didalamnya. Metode penelitian ini dapat diterapkan pada berbagai bentuk komunikasi, baik secara lisan maupun tulisan, visual ataupun audio. Sehingga, metode analisis isi cocok untuk digunakan dalam kasus penelitian analisis manajemen krisis terkait fenomena *cancel culture* terhadap Abidzar Al-Ghifari dalam film *A Business Proposal* pada media sosial.

⁶ Marinu Waruwu, "Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan", Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, "Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan 5, no. 2 (2024): 198–211.

1.5.3 Objek Penelitian

Pada penelitian ini objek penelitiannya adalah strategi manajemen krisis Abidzar Al Ghifari dalam menghadapi fenomena *cancel culture* di media sosial terkait keterlibatannya dalam film *A Business Proposal*. Hal ini dilakukan karena dalam kurun waktu 13 Januari 2025 – 13 Februari 2025 terjadi fenomena *cancel culture* yang digaungkan terhadap Abidzar serta film *A Business Proposal*, nantinya akan diidentifikasi lebih dalam serta dianalisis oleh peneliti.

Media sosial dipilih sebagai objek penelitian karena menjadi tempat utama terjadinya interaksi antara Abidzar dan publik, sekaligus menjadi sarana penyebaran opini, kritik, serta upaya pemulihan citra.

1.6 Jenis Data

Pada penelitian ini dibutuhkan adanya data penelitian yang meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari sumber melalui observasi terhadap konten yang terdapat pada media sosial yang berkaitan dengan fenomena *cancel culture* terhadap Abidzar. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung unggahan, caption, komentar, serta bentuk interaksi pengguna media sosial yang berkaitan dengan fenomena *cancel culture* terhadap Abidzar dalam keterlibatannya di film *A Business Proposal*. Data ini

digunakan untuk memahami bagaimana strategi manajemen krisis yang dilakukan melalui media sosial serta respon publik terbentuk.

Selain itu, data sekunder diperoleh melalui teknik studi pustaka dengan menganalisis berbagai sumber referensi seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka ini digunakan untuk memperoleh landasan teoritis dan konseptual mengenai manajemen krisis, komunikasi publik, dan fenomena *cancel culture* di media sosial yang akan mendukung analisis terhadap data primer.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti pada penelitian ini yaitu, teknik observasi dan studi pustaka.

1.7.1 Observasi

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan mengenai suatu objek tertentu⁷. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi terhadap respons publik di media sosial, komentar warganet, serta perilaku komunikasi krisis dalam menangani isu *cancel culture*. Hasil observasi digunakan untuk memahami strategi manajemen krisis yang ditampilkan melalui aktivitas media sosial serta bagaimana persepsi publik terbentuk terhadap Abidzar.

⁷ Waruwu.

1.7.2 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, artikel media, laporan penelitian, dan sumber digital lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih luas dan mendalam mengenai model-model dalam penelitian kualitatif⁸. Data hasil studi pustaka berfungsi sebagai dasar teoritis dan konseptual dalam menganalisis hasil observasi sehingga penelitian memiliki landasan ilmiah yang kuat dan kontekstual.

1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dijelaskan sebagai elemen penting dalam proses penelitian kualitatif untuk memahami hubungan dan konsep dalam data, sehingga hipotesis dapat dirumuskan dan dievaluasi. Menurut Holsti, metode analisis isi adalah suatu teknik untuk mengambil kesimpulan dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik khusus suatu pesan secara objektif, sistematis, dan generalis⁹.

Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2020), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas,

⁸ Jurnal Penelitian and Ilmu Pendidikan, "Model-Model Penelitian Kualitatif: Literature Review" 4 (2025): 341–54.

⁹ Sitasari Novendawati Wahyu, "Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif," *Forum Ilmiah* 19 (2022): 78.

sehingga datanya sudah jenuh¹⁰. Aktivitas dalam analisis data kualitatif ada tiga, yaitu tahap kondensasi data, display data, dan kesimpulan atau verifikasi.

a. Kondensasi Data

Data lapangan yang diperoleh dalam penelitian perlu dianalisis sejak awal melalui proses kondensasi data, yaitu dengan merangkum, menyeleksi informasi utama, memfokuskan pada hal-hal penting, serta mengidentifikasi tema dan pola. Kondensasi ini membantu memperjelas gambaran data, memudahkan pengumpulan data lanjutan, serta mempercepat penulisan data saat dibutuhkan. Proses ini juga dapat didukung oleh berbagai alat, seperti komputer atau notebook, dan selalu diarahkan pada tujuan penelitian, terutama untuk menemukan hal-hal baru yang belum dikenal atau belum berpola.

Kondensasi data merupakan proses yang menuntut kepekaan, kecermatan, dan wawasan yang mendalam. Bagi peneliti pemula, kegiatan ini dapat dilakukan dengan berdiskusi bersama pihak lain yang memahami permasalahan penelitian. Melalui diskusi tersebut, pemahaman peneliti akan berkembang sehingga mampu mengidentifikasi data yang

¹⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 2020.

memiliki nilai temuan penting serta berkontribusi pada pengembangan teori secara signifikan.

b. Penyajian Data

Setelah proses kondensasi, tahap berikutnya adalah penyajian data agar informasi tersusun secara sistematis dan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, data umumnya disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, serta hubungan antar kategori dengan teks naratif sebagai bentuk yang paling sering digunakan. Menurut Miles dan Huberman, penyajian data dapat dilengkapi dengan grafik, matriks, jaringan, atau bagan untuk membantu peneliti memahami fenomena yang diteliti dan merencanakan langkah penelitian selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut¹¹.

c. Penarikan Kesimpulan

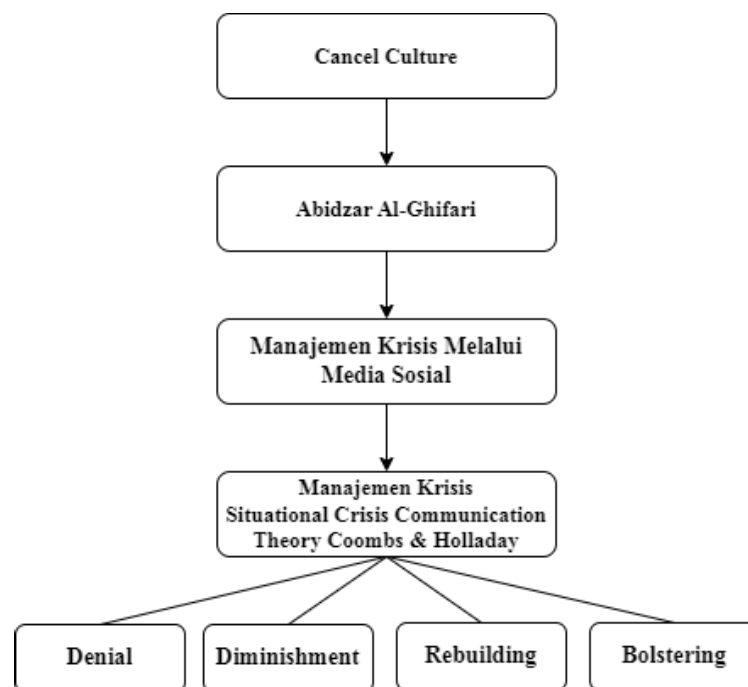
Dalam analisis data penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahap akhir yang bersifat dinamis, di mana kesimpulan awal masih sementara dan dapat berubah jika tidak didukung oleh bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun, apabila temuan tersebut diperkuat oleh data yang valid dan konsisten, maka kesimpulan dapat dinyatakan kredibel. Kesimpulan penelitian kualitatif tidak selalu secara langsung menjawab rumusan masalah awal

¹¹ M.Pd. Dr. Sirajuddin Saleh, S.Pd., *Mengenal Penelitian Kualitatif*, n.d.

karena masalah penelitian bersifat berkembang seiring proses penelitian di lapangan. Oleh sebab itu, kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang mampu memperjelas fenomena yang sebelumnya belum jelas, baik dalam bentuk deskripsi, hubungan interaktif, maupun pengembangan hipotesis atau teori.

1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



Gambar 1. 1 Kerangka Konsep

Kerangka konsep penelitian ini menjelaskan hubungan antara fenomena *cancel culture* di media sosial dengan strategi manajemen krisis yang dilakukan oleh Abidzar. *Cancel culture* dipahami sebagai pemicu krisis reputasi yang muncul akibat reaksi

negatif publik di media sosial. krisis tersebut kemudian direspons melalui strategi komunikasi krisis yang merujuk pada *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT).

1.9.2 Definisi Konsep

1. Situational Crisis Communication Theory (SCCT)

Teori ini membahas cara komunikasi dilakukan saat organisasi atau individu menghadapi situasi darurat yang berisiko merusak reputasi. Salah satu pendekatan yang sering digunakan adalah Situational Crisis Communication Theory (SCCT) oleh Coombs, yang menekankan pada strategi komunikasi yang disesuaikan dengan jenis dan tingkat krisis¹².

Teori SCCT menerapkan strategi respon dalam krisis komunikasi yang dibagi menjadi empat yaitu :

Table 4.3 SCCT response strategy types

<i>Response strategy type</i>	<i>Response strategy subtypes</i>
Denial strategy	Attack the accuser Deny disaster/crisis situation exists Scapegoat
Diminishment strategy	Provide excuses for the situation Provide justifications for the situation
Rebuilding strategy	Compensate the victims Offer apology/accept responsibility
Bolstering strategy	Remind stakeholders of past good deeds Ingratiation Claim victim status

Gambar 1. 2 Tabel Strategi Respon SCCT

¹² W. Timothy Coombs and Sherry J. Holladay, *Handbooks In Commucation and Media: "The Handbook of Crisis Communication," Handbooks In Communication And Media*, 2010.

1. *Denial* : menolak keterlibatan atau tanggung jawab dalam krisis
2. *Diminishment* : mengurangi persepsi publik tentang besarnya tanggung jawab atau dampak krisis
3. *Rebuilding* : membangun kembali kepercayaan publik dengan mengakui krisis atau kesalahan yang terjadi
4. *Bolstering* : mendukung atau memperkuat citra positif organisasi atau perusahaan dengan menunjukkan hal-hal baik yang telah dilakukan

2. Cancel Culture

Cancel culture adalah praktik kolektif dimana publik menghentikan dukungan terhadap individu atau kelompok yang dianggap telah melakukan kesalahan secara moral, sosial, atau etis (Ng, 2020)¹³. *Cancel culture* yang terjadi di media sosial saat ini menggambarkan fenomena media sosial yang dapat mengaburkan praktik keterlibatan digital yang disebut partisipasi atau sekedar mencari sensasi dan atensi publik¹⁴.

Elemen kunci dari *cancel culture* mencakup berbagai komponen utama yang membentuk karakteristik serta dampaknya di masyarakat digital. Pertama, *cancel culture* muncul sebagai respons sosial terhadap perilaku yang dianggap menyimpang dari

¹³ Cindy Ayu Salisah, Nikmah Hadiati; Auwaly, Azha Putri; Umu, Candy Aulia Putri; Kusuma Putri, "Persepsi Masyarakat Terhadap Fenomena Cancel Culture Di Platform Digital," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 3 (2025): 598, <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i3.4615>.

¹⁴ A. S. Hernando, "Representasi Cyberbullying Dalam Film Budi Pekerti" 4 (2024), <https://repository.ukwms.ac.id/id/eprint/41367>.

norma, di mana sekelompok orang berupaya menghukum pihak yang dianggap salah. Kedua, media sosial memainkan peran penting dalam mempercepat penyebaran *cancel culture*, karena platform ini memungkinkan berbagai opini dan aksi protes untuk menjadi viral dalam waktu singkat. Ketiga, fenomena ini berdampak langsung pada kebebasan berekspresi dan reputasi orang yang terkena dampaknya, serta menimbulkan pertanyaan mengenai batas antara kebebasan berbicara dan konsekuensi sosial atas perkataan atau tindakan tertentu¹⁵.

1.9.3 Operasionalisasi Konsep

Konsep	Dimensi	Aspek yang Digali
<i>Situational Crisis Communication Theory (SCCT)</i>	<i>Denial</i> (Menyangkal)	1. Bentuk pernyataan atau konten yang menunjukkan penolakan atau klarifikasi mengenai isu yang beredar 2. Penggunaan bahasa atau simbol yang digunakan

¹⁵ Asrori Khozinatul, "Fenomena Cancel Culture: Dampak Terhadap Kebebasan Berbicara Dan Sosial."

		untuk menyangkal dari krisis
	<i>Diminishment</i> (Memperkecil Kesalahan)	1. Pernyataan Abidzar yang menjelaskan situasi secara rasional 2. Konten atau unggahan yang menampilkan sisi positif untuk mengurangi tingkat kemarahan publik
	<i>Rebuilding</i> (Memulihkan)	1. Tindakan Abidzar dalam bentuk permintaan maaf kepada pihak yang terlibat 2. Perubahan perilaku atau unggahan yang berorientasi pada kegiatan

		positif
	<i>Bolstering</i> (Memperkuat Reputasi)	1. Unggahan yang menunjukkan sisi positif atau prestasi Abidzar 2. Konten yang menunjukkan nilai moral, kepribadian baik atau kontribusi Abidzar terhadap masyarakat
<i>Cancel Culture</i>	Teori <i>cancel culture</i> digunakan untuk melihat bagaimana reaksi publik di media sosial membentuk krisis reputasi. Fenomena ini muncul sebagai respons sosial atas peran Abidzar yang dianggap melanggar norma, diperkuat oleh viralnya opini di media sosial. Tekanan publik berupa kecaman dan ajakan boikot berdampak pada citra serta kepercayaan terhadap dirinya. Kondisi ini menunjukkan adanya ketegangan antara kebebasan berekspresi sebagai aktor dan sanksi sosial dari masyarakat digital, sehingga	

	menuntut strategi komunikasi yang tepat untuk memulihkan reputasi.
--	--