

Fenomena *Cancel Culture* Aktor Kim Soo Hyun oleh Penggemar Hallyu di Indonesia

The Cancel Culture Phenomenon of Actor Kim Soo Hyun by Hallyu Fans in Indonesia

Agung Kusuma Wardana¹⁾, Desideria Lumongga Dwihadiah²⁾

¹⁾Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan

²⁾Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harrapan

Abstrak

Fenomena *cancel culture* terhadap aktor Kim Soo Hyun di media sosial dalam komunitas penggemar *Hallyu* di Indonesia beberapa waktu lalu menjadi contoh pengaruh fandom dalam hubungan dengan figur media. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan *in depth interview* terhadap delapan penggemar, menunjukkan bahwa praktik *cancel culture* di era digital tidak sekadar menjadi ekspresi kekecewaan individu, melainkan telah berkembang menjadi mekanisme kontrol sosial kolektif. Media sosial seperti Twitter, Instagram, dan TikTok menjadi kanal utama dalam mendistribusikan informasi, membentuk opini, dan mengkoordinasi aksi pembatalan secara cepat dan masif. Nilai-nilai moral serta norma komunitas *fandom* menjadi acuan dalam menentukan respons terhadap perilaku figur publik. Selain itu, konstruksi sosial terhadap moralitas artis juga dipengaruhi oleh diskusi, negosiasi, dan konsensus yang terbentuk di ruang daring. Pentingnya literasi digital dan sikap kritis pengguna media yang juga adalah penggemar dalam menghadapi praktik *cancel culture* menjadi penting, agar tidak terjebak dalam perilaku *mob justice*. Temuan ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi, budaya populer, dan media digital, khususnya dalam memahami peran komunitas daring sebagai agen kontrol sosial di tengah globalisasi budaya.

Kata Kunci: *Cancel culture*, Kim Soo Hyun, *Hallyu*, *Fandom*, media sosial

Abstract

The recent cancel culture phenomenon against Actor Kim Soo Hyun on social media within the Hallyu fan community in Indonesia serves as an example of the influence of fandom on relationships with media figures. Using a qualitative approach and in-depth interviews with eight fans, it is demonstrated that the practice of cancel culture in the digital era is not merely an expression of individual disappointment but has evolved into a mechanism of collective social control. Social media such as Twitter, Instagram, and TikTok have become primary channels for distributing information, forming opinions, and coordinating rapid and massive cancellation actions. The moral values and norms of fandom communities serve as a reference in determining responses to the behavior of public figures. Furthermore, the social construction of artist morality is also influenced by discussions, negotiations, and consensus formed in online spaces. The importance of digital literacy and a critical attitude of media users who are also fans in dealing with cancel culture practices is crucial to avoid being trapped in mob justice behavior. These findings contribute to the development of communication studies, popular culture, and digital media, particularly in understanding the role of online communities as agents of social control amidst cultural globalization.

Keywords: *Cancel culture*, Kim Soo Hyun, *Hallyu*, *Fandom*, *Social media*

*Korespondensi Penulis: Desideria Lumongga Dwihadiah
E-mail: desideria.leksmono@uph.edu

Pendahuluan

Fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* telah menjadi salah satu arus budaya global paling berpengaruh dalam dua dekade terakhir. *Hallyu* mencakup berbagai elemen budaya populer Korea Selatan, seperti musik K-pop, drama televisi, film, fesyen, hingga kosmetik, yang telah tersebar luas dan mendapat sambutan positif dari audiens global.

Yang (2012) menjelaskan bahwa audiens berbagai produk budaya populer Korea menunjukkan keterikatan emosional dan penerimaan budaya yang kuat, menandakan adanya proses identifikasi lintas budaya yang intens. Keterikatan dan penerimaan seperti ini juga jelas terlihat pada audiens Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Drama Korea (drakor), musik pop Korea (K-Pop), online games dan berbagai bentuk hiburan Korea lainnya, sangat akrab di kalangan audiens muda tanah air. Data dari Goodstats tahun 2024 menunjukkan bahwa penggemar atau fans K-pop di Indonesia menempati urutan ke tiga terbanyak di dunia setelah Jepang dan Amerika (Prahastiwi, 2024).

Hallyu berkembang ke dalam fase baru yang dikenal sebagai *Hallyu 2.0*, seiring dengan perkembangan teknologi digital dan media sosial. *Hallyu 2.0* merupakan bentuk praktik media yang bersifat *spreadable*, di mana konten dapat didistribusikan secara luas dan cepat melalui platform digital (Jin & Yoon, 2016). Dengan demikian partisipasi aktif penggemar dengan menghasilkan konten (*User Generated Content*) sangat mungkin terjadi. Fenomena ini menciptakan ekosistem interaktif yang melintasi batas geografis dan budaya, karena para penggemar (fans) berperan sebagai agen budaya yang turut memperkuat jangkauan budaya pop Korea. Mereka biasanya akan berkumpul menjadi sebuah entitas penggemar terhadap idola yang sama atau lebih dikenal sebagai komunitas fandom.

Komunitas fandom awalnya terbentuk berdasarkan wilayah geografis semata, akan tetapi dengan berkembangnya media digital terutama melalui platform media sosial, maka komunitas penggemar memiliki anggota yang

tersebar hingga ke berbagai daerah dan penjuru dunia. Dalam komunitas fandom yang dimediasi oleh teknologi ini, para penggemar mengalami tahapan dari pengenalan idola yang lebih mendalam, tumbuhnya emosi yang makin kuat pada idola dan keterikatan antar sesama penggemar (Dwihadiah, 2015). Mereka dipersatukan atas dasar kesukaan mereka pada obyek kekaguman yang sama (Fleming, 2007). Penggemar *Hallyu* tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga aktif dalam mengekspresikan dukungan maupun kritik terhadap idola mereka.

Dalam praktek budaya populer Korea Selatan, citra idola memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan popularitas mereka di kalangan penggemar. Citra yang positif dan konsisten dapat meningkatkan loyalitas penggemar dan mendukung keberlanjutan karier seorang idola. Ketika seorang idola terlibat dalam kontroversi atau dianggap tidak menjaga citra baik, penggemar dapat memberikan respons balik yang signifikan. Penggemar kini memiliki kekuatan yang lebih besar dalam menentukan citra idola mereka di mata publik. Oleh karena itulah pengelolaan citra idola menjadi sangat penting dan tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai respons terhadap dinamika sosial yang lebih luas.

Strategi pengelolaan citra dari para artis idola menjadi komponen yang amat penting. Industri K-Pop dapat menjadi contoh ketika strategi pengelolaan citra idola yang diterapkan oleh perusahaan hiburan (rumah produksi) merupakan bagian integral dari kesuksesan industri K-pop secara keseluruhan (Sha, 2024). Agency maupun rumah produksi harus mempertimbangkan bagaimana citra yang dibangun oleh idola dapat mempengaruhi interaksi mereka dengan penggemar, terutama agar tidak perlu menghadapi fenomena seperti *cancel culture* akibat pemberitaan negatif.

Pemberitaan negatif bisa timbul karena perilaku yang dilakukan oleh artis sendiri maupun isu yang menimpa seputar kehidupan pribadinya, langsung maupun tidak langsung. Khairani & Desky (2025) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara tingkat

fanatisme dengan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar K-Pop. Hal ini berarti, semakin tinggi fanatisme seorang penggemar, semakin besar kemungkinan mereka menunjukkan agresi verbal sebagai bentuk kekecewaan atau pembelaan terhadap idola mereka. Studi yang dilakukan oleh Yasser et al. (2023) menemukan bahwa penggemar dengan tingkat fanatisme tinggi cenderung melakukan agresi verbal di platform seperti Twitter ketika idola mereka terlibat dalam perilaku yang dianggap negatif.

Hal ini juga nampak jelas terlihat dalam kasus *cancel culture* yang menimpa Kim Soo Hyun, yang dikenal di Indonesia setelah bermain dalam drama Korea seperti *My Love from the Star* dan *It's Okay to Not Be Okay*. Ia telah meraih berbagai penghargaan dan menjadi salah satu bintang dengan bayaran tertinggi di industri hiburan Korea. Popularitasnya tidak hanya terbatas di Korea Selatan, tetapi juga di berbagai negara termasuk Indonesia, tempat ia memiliki basis penggemar yang besar (Merdeka, 2015). Kasus *cancel culture* yang menimpa aktor ini diawali dari adanya kontroversi terkait dugaan keterlibatannya dalam kematian aktris Kim Sae Ron pada tahun 2024. Mereka diduga pernah menjalin hubungan romantis dan berbagai tekanan akibat isu akhirnya merusak hubungan tersebut. Isu yang beredar menyatakan bahwa saat menjalin hubungan dengan Kim Soo Hyun, artis Kim Sae Ron masih di bawah umur. Tekanan besar diterima ke dua artis tersebut terutama terhadap Kim Sae Ron sehingga ia kehilangan berbagai kontrak kerja dan pada akhirnya mengakhiri hidupnya. Isu hubungan di bawah umur akhirnya terbukti tidak benar, tetapi telah menghancurkan karier ke duanya. Kim Soo Hyun dianggap turut andil karena tidak bersuara cukup keras untuk menyangkal isu yang beredar, yang berujung pada kematian Kim Sae Ron. Di saat itulah *cancel culture* terhadap Kim Soo Hyun makin beredar melalui berbagai platform media sosial, walaupun penggemar yang mendukungnya juga tetap menyuarakan dukungan positif kepada sang artis. Pro dan kontra terhadap Kim Soo Hyun juga terjadi di kalangan penggemar *Hallyu* di

Indonesia. Penggemar yang kontra menyuarakan *cancel culture* di berbagai platform media sosial terutama Instagram.

Penelitian mengenai fenomena *cancel culture* dalam komunitas penggemar *Hallyu* di Indonesia semakin relevan dalam kontes studi media digital dan budaya populer. *Cancel culture* di media sosial berkembang sebagai bentuk kontrol sosial terhadap perilaku figur publik dan selebriti, termasuk artis K-pop, yang dinilai tidak sesuai dengan norma dan nilai moral kolektif (Ng, 2020). media sosial memiliki peran krusial dalam mempercepat penyebaran informasi yang memicu fenomena *cancel culture* (Jaafar & Herna, 2024). Kasus *cancel culture* yang menimpa seorang artis dangdut Indonesia yang dinyatakan bersalah akibat pelecehan seksual kepada seorang remaja, maupun kasus yang menimpa komika Uus akibat cuitannya di media sosial yang dianggap menyinggung salah satu agama, menjadi contoh cepatnya media sosial menyebarkan informasi dan menggerakkan *cancel culture*.

Penelitian mengenai *cancel culture* dalam komunitas penggemar *Hallyu* di Indonesia memang telah dilakukan dengan berbagai pendekatan, namun masih terdapat celah yang menjadi peluang untuk eksplorasi lebih lanjut. Wong & Zhou (2025) menyatakan bahwa keterlibatan penggemar dalam budaya digital mengubah interaksi mereka dengan idola. Penelitian terkait hal ini masih terbatas pada bentuk interaksi tanpa mengeksplorasi dampak yang lebih luas dari *cancel culture* dalam komunitas penggemar. Penelitian Mardeson & Mardesci (2022) berfokus pada aspek boikot massal dalam *cancel culture*. Fenomena ini sering kali dipicu oleh emosi kolektif, tetapi tidak membahas dinamika yang terjadi dalam komunitas penggemar *Hallyu* di Indonesia maupun upaya *counter back* yang dilakukan oleh penggemar yang mendukung artis yang menjadi sasaran *cancel culture*. Dalam celah tersebut maka penelitian ini dilakukan, dengan rumusan masalah utama yang ingin dijawab adalah menelaah bagaimana fenomena *cancel culture* pada aktor Kim Soo

Hyun di media sosial oleh kalangan penggemar hallyu di Indonesia.

Media sosial menjadi ranah publik yang digunakan oleh penggunanya untuk melakukan konstruksi makna yang baru, sekaligus menggiring pendapat masyarakat umum. Wei (2024) menunjukkan bahwa media baru memberikan kekuatan kepada fandom untuk memperkuat solidaritas di antara mereka, mengorganisir aksi kolektif, dan berpartisipasi dalam gerakan sosial yang lebih besar, seperti kritik terhadap figur publik atau penolakan terhadap perilaku yang dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai komunitas. Dalam konteks ini, budaya populer tidak hanya menjadi sekadar hiburan atau konsumsi pasif, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat mobilisasi sosial. Komunitas penggemar atau fandom, yang merupakan salah satu subkultur dalam budaya populer, memainkan peran penting dalam menggerakkan dinamika sosial ini.

Teori Konstruksi Sosial yang digagas oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menekankan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif, melainkan dibentuk melalui interaksi sosial dan proses komunikasi. Dalam penelitian ini realitas berfokus pada bagaimana penggemar Kim Soo Hyun membangun makna moralitas dan citra publik sang aktor melalui interaksi di media sosial, Interaksi yang terjadi akan membentuk posisi untuk menolak (membatalkan) aktor tersebut sebagai idola serta memberikan predikat tertentu kepadanya atau tetap mendukung (mengidolakan). Aspek yang dikonstruksi oleh para penggemar bukan hanya persepsi mengenai perilaku kontroversial aktor tersebut, tetapi juga batasan nilai dan norma yang dianggap pantas atau tidak pantas bagi figur publik dalam komunitas Hallyu. Melalui diskusi daring, komentar, dan kampanye kolektif, penggemar berperan aktif dalam mendefinisikan ulang reputasi Kim Soo Hyun—apakah ia tetap layak didukung atau perlu dibatalkan sebagai bentuk sanksi sosial.

Proses konstruksi ini memperlihatkan bagaimana realitas sosial mengenai baik dan buruk tidak bersifat tetap, melainkan dinegosiasikan secara terus-menerus oleh komunitas penggemar yang memiliki latar

belakang, pengalaman, serta kepentingan yang beragam. Dengan demikian, teori ini memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika pembentukan makna yang mendasari praktik *cancel culture* di kalangan penggemar Hallyu Indonesia. Sulaiman (2016) menjelaskan bahwa pemahaman terhadap teori konstruksi sosial dapat membantu untuk memahami bagaimana individu dan kelompok membangun makna dalam kehidupan sehari-hari. Ia menekankan pentingnya konteks sosial dan budaya dalam proses konstruksi ini, di mana setiap individu membawa latar belakang dan pengalaman unik yang mempengaruhi cara mereka memahami dunia.

Teori kontrol sosial yang digagas oleh Travis Hirschi dan berfokus pada bagaimana ikatan sosial dapat mempengaruhi perilaku individu, khususnya dalam mencegah tindakan menyimpang. Hirschi mengidentifikasi empat elemen utama dari ikatan sosial yang berkontribusi terhadap pengendalian perilaku, yaitu keterikatan (*attachment*), komitmen (*commitment*), keterlibatan (*involvement*), dan keyakinan (*belief*). Menurut Hirschi, individu yang memiliki ikatan kuat dengan masyarakat cenderung lebih patuh terhadap norma dan aturan sosial. Teori ini relevan dalam konteks fenomena *cancel culture* di media sosial, di mana norma dan aturan sosial sering kali ditegakkan oleh komunitas online.

Dalam konteks komunitas penggemar Hallyu di Indonesia, teori ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana ikatan sosial di antara penggemar mempengaruhi perilaku mereka di media sosial. Seperti yang diuraikan Anjarini (2020), penggemar Hallyu sering kali memiliki ikatan emosional yang kuat dengan idola mereka, yang dapat mempengaruhi cara mereka merespons isu-isu yang melibatkan idola tersebut. Ikatan ini dapat berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial, di mana penggemar saling mengingatkan untuk menjaga citra positif idola mereka. Norma-norma sosial yang dibangun di sekitar budaya pop Korea dapat mempengaruhi perilaku penggemar. Dalam konteks ini, teori kontrol sosial dapat menjelaskan bagaimana norma-norma tersebut ditegakkan melalui interaksi

sosial di media sosial. Penggemar yang melanggar norma-norma ini mungkin menghadapi sanksi sosial dalam bentuk cancel culture, di mana mereka dieksklusi dari komunitas penggemar (Rahma & Fauzi, 2023).

Metode Penelitian

Paradigma konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini yang berfokus pada bagaimana individu dan kelompok mengonstruksi makna dan realitas melalui interaksi mereka di media sosial, khususnya dalam konteks fenomena cancel culture yang terjadi di kalangan penggemar Hallyu di Indonesia. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana konteks sosial, budaya, dan teknologi memainkan peran dalam benak para penggemar dalam memaknai kontroversi yang melibatkan aktor Kim Soo Hyun. Makna dipandang tidak hadir secara objektif, melainkan dihasilkan melalui interaksi dinamis antara individu dalam konteks sosial yang spesifik (Creswell, 2017). Fenomena *cancel culture* dilihat sebagai hasil dari interaksi antara penggemar, media sosial, dan budaya populer yang berkembang di Indonesia. Penelitian ini berusaha untuk menggali bagaimana penggemar mengonstruksi makna dari tindakan cancel culture, serta bagaimana mereka bernegosiasi dengan nilai-nilai sosial dan budaya yang ada.

Pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara semi-terstruktur kepada para penggemar Hallyu yang terlibat dalam percakapan untuk melakukan *cancel culture* di media sosial (Flick, 2014). Dengan pendekatan ini, penelitian menggali bagaimana interaksi di media sosial dikonstruksi, diinterpretasikan, dan dimaknai oleh penggemar dan mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana dinamika cancel culture yang terjadi dalam komunitas penggemar. Observasi non partisipatif dilakukan dengan mengikuti dan menganalisis konten media sosial yang menjadi tempat para penggemar *Hallyu* berinteraksi. Platform media sosial yang dipilih untuk dianalisis adalah Instagram, terlebih lagi karena di Instagram

kontroversi tentang Kim Soo Hyun banyak dibicarakan di berbagai akun yang dikhususkan bagi penggemar *Hallyu*.

Sumber data primer diperoleh dari wawancara semi terstruktur dengan delapan orang penggemar Hallyu yang aktif dalam perbincangan secara daring di media sosial berisi penggemar Hallyu. Para informan berusia antara 20 – 30 tahun, pria maupun wanita yang pernah memberikan komentar negatif maupun positif tentang Kim Soo Hyun dan kasus yang menimpa aktor tersebut. Informan memiliki status beragam mulai dari mahasiswa, pekerja profesional, hingga pengelola komunitas fandom. Informan A, Ac, D dan S adalah karyawan swasta, informan I adalah seorang profesional di bidang hukum, informan Z adalah wiraswasta, sedangkan informan K dan Sy masing-masing adalah mahasiswi, dengan informan K merangkap juga sebagai pengelola komunitas fandom.

Wawancara semi-terstruktur memberikan ruang bagi peneliti untuk mengikuti alur percakapan yang terbuka, sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih kaya dan autentik (Boyce & Neale, 2006). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan bertemu langsung bagi yang berada di wilayah Jabodetabek dan melalui platform seperti *Zoom* atau *Google Meet* bagi informan yang berada di luar Jabodetabek.

Panduan wawancara dibuat dengan dipandu oleh asumsi teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori konstruksi sosial sebagai *grand theory* dan untuk memahami bagaimana interaksi antara penggemar yang menunjukkan adanya peraturan yang mengikat serta nilai-nilai yang ditegakkan dalam komunitas, digunakan teori kontrol sosial untuk menelaah.

Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai pemberitaan media massa nasional maupun internasional yang menyampaikan respons publik terhadap kasus yang menimpa aktor Kim Soo-hyun dalam bentuk liputan isu. Meskipun pemberitaan media acap tidak memuat kronologi kasus secara mendetail, sumber dari media ini digunakan untuk menangkap bagaimana media membingkai isu

cancel culture terhadap Kim Soo-hyun, serta kutipan opini dan sentimen publik yang tercermin melalui berita. Analisis data dilakukan dengan berkesinambungan melalui tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi menurut Miles & Huberman (1994).

Hasil Dan Pembahasan

Pengetahuan terhadap Isu

Dalam konteks kasus boikot terhadap aktor Kim Soo Hyun, seluruh informan mengetahui dan mengikuti perkembangan kasus melalui media sosial, khususnya Twitter, TikTok, Instagram, dan YouTube. Tingkat keterlibatan mereka dalam diskursus publik terkait Hallyu cukup bervariasi, sebagian hanya menjadi pembaca pasif (*silent reader*), sementara lainnya aktif berkomentar, melakukan retweet, bahkan terlibat dalam percakapan internal bersama komunitas atau rekan yang sama-sama menyukai Hallyu. Para informan mengaku sering berdiskusi, berbagi informasi, atau berinteraksi bersama seputar topik K-pop, K-drama, atau budaya Korea, baik secara daring maupun luring dengan sesama penggemar Hallyu.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendapat terhadap moralitas selebritas Korea sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai yang terbentuk dalam komunitas penggemar. Isu sensitif seperti hubungan dengan minor, eksploitasi hubungan personal, serta etika publik figur menjadi bahan diskusi yang memicu ajakan boikot dan *cancel culture*. Namun demikian, sebagian informan tetap menekankan pentingnya klarifikasi dan kehati-hatian sebelum menjatuhkan penilaian publik secara massal.

Pengalaman pertama para informan saat mengenal Hallyu yang berkesan kuat menjadi penggerak mereka untuk selanjutnya menjadi penggemar. Pengenalan awal dengan Hallyu berlangsung secara spontan tetapi memberikan pengaruh jangka panjang. Demikian juga yang terjadi dengan pengalaman para informan terkait kasus Kim Soo Hyun. Para informan setelah mendapat informasi awal

tentang adanya kasus yang menimpa aktor tersebut, lalu berusaha untuk mencari informasi lebih lanjut dengan menelusuri sumber-sumber di media daring maupun diskusi dalam komunitas-komunitas penggemar Hallyu. Informan melakukan *cross-referencing* antar platform seperti Twitter, Instagram, TikTok, hingga YouTube, guna mendapatkan beragam perspektif, baik dari sumber resmi, akun fanbase, maupun diskusi antar pengguna.

Penelusuran berbagai platform media sosial untuk mendapatkan informasi merupakan karakteristik sebagai pengguna media digital yang tidak pasif, melainkan selektif, kritis, dan responsif terhadap arus informasi yang terus berubah. Dengan mengombinasikan berbagai kanal, para informan tidak hanya memperoleh informasi yang cepat dan aktual, tetapi juga mampu membandingkan narasi yang beredar, memilah mana yang relevan dan kredibel, serta merespons secara tepat terhadap dinamika isu yang muncul di komunitas fandom.

Kesan yang timbul dari informasi yang ditangkap para informan di berbagai media di awal kasus Kim Soo Hyun cukup mempengaruhi pandangan mereka sepanjang mereka mengikuti perkembangan kasus tersebut. Narasi yang berkembang di media sosial menjadi faktor dominan dalam membentuk persepsi kolektif terhadap sang aktor. Para informan menyampaikan bahwa media sosial memiliki kekuatan luar biasa dalam mengarahkan opini publik.

Informan A menegaskan pengaruh global dari informasi yang didapatkan lewat platform seperti Twitter melalui sistem *trending* dan penggunaan tagar (*hashtag*) yang terorganisir.

“Gila sih, impactful banget. Trending-nya bisa sampe worldwide. Hashtag-nya tuh rapi, dan bisa kelihatan banget kalau satu dunia lagi ngomongin hal yang sama.”

Informan I memperkuat pernyataan tentang kekuatan komentar netizen tersebut :

“Powerful banget. Orang Indonesia tuh gampang banget terpengaruh. Komentar-komentar netizen bisa jadi headline berita.”

Informan D menekankan pengaruh viralnya suatu topik yang sudah cukup untuk menggeser opini kolektif sebelum klarifikasi resmi tentang kasus Kim Soo Hyun dan Kim Sae Ron muncul.

“Satu postingan aja bisa viral dan langsung bikin satu dunia percaya. Bahkan sebelum klarifikasi muncul.”

Informan K sendiri mengakui kekuatan media sosial :

“Ngefek banget. Sosmed tuh ibaratnya gak terbatas, langsung bisa bikin orang percaya. Bahkan sebelum ada klarifikasi. Cepet banget pengaruhnya.”

Pendapat ini menunjukkan betapa besarnya pengaruh mekanisme viral dalam membentuk kepercayaan dan opini massal, di mana persepsi tidak menunggu validasi, melainkan terbentuk berdasarkan arus informasi yang cepat dan emosional. Namun, kecepatan penyebaran isu ini juga menyimpan konsekuensi yang problematis menurut informan Z :

“Sekarang orang gampang kepancing cuma dari baca headline. Apalagi netizen banyak yang gak nyari tau isi beritanya dulu.”

Pernyataan para informan ini menunjukkan bahwa pembentukan opini publik tidak selalu berdasar pada pemahaman yang utuh, melainkan sering kali terpengaruh oleh framing awal dari informasi yang belum tentu terverifikasi.

Interaksi penggemar dalam komunitas

Interaksi yang terjadi dalam komunitas penggemar Hallyu di Indonesia menunjukkan posisi yang beragam dari para penggemarnya. Informan I menjelaskan pengamatannya terhadap interaksi yang terjadi :

“Yang mendukung sih lebih banyak diem. Yang kontra banyak banget, apalagi karena kasusnya udah dianggap parah,”

Temuan penelitian menunjukkan bahwa fenomena cancel culture di media sosial, khususnya dalam kasus boikot terhadap figur publik, sangat dipengaruhi oleh kekuatan pembentukan opini publik yang berlangsung secara cepat dan masif. Para informan

menyoroti bagaimana viralitas konten, penggunaan hashtag, dan tren di media sosial dapat segera membentuk pendapat kolektif. Informan Sy mengungkapkan bahwa :

“wah...begitu diberitain udah kayak bom aja tuh beritanya, langsung banyak yang ngomongin, nyari info, retweet...macam-macam deh, pokoknya langsung heboh seheboh-hebohnya, komentarlah, nge-judge, maki-maki, macam-macam pokoknya. Banyak yang langsung nyari-nyari Kim Soo Hyun ama Kim Sae Ron, padahal sebelumnya nggak ngefans-ngefans amat, nggak tau malah”

Di sini menunjukkan bahwa diskusi yang terjadi dalam kasus Kim Soo Hyun sangat bervariasi, baik dari segi topik maupun bentuk penyampaiannya. Informan A mengungkapkan bahwa respons pengguna media sosial terbagi ke dalam dua kubu yang saling bertentangan.

“Dua kubu jelas banget. Tapi kontra sih yang paling banyak. Banyak yang langsung cancel dia. Soalnya sekarang orang tuh kayak seru nyari kesalahan orang. Bahkan kadang belum ngerti ceritanya, tapi udah ikut ngatain aja,”

Informan Ac juga mencatat bahwa topik diskusi yang paling menonjol berkisar pada aspek moralitas figur publik dan persepsi terhadap tindakan yang dinilai menyimpang.

“Kalau aku lihat, temen aku yang fans banget dia pun jadi bingung mau dukung atau enggak. Bahasannya ya seputar update aja, kayak ‘eh tau gak sekarang gini lho’.”

Meskipun diskusi tidak selalu dalam bentuk debat terbuka, proses negosiasi opini berlangsung secara informal dan berulang dalam interaksi sehari-hari di media sosial. Bahkan perasaan ragu dan ambivalen pun menjadi bagian dari diskursus yang berkembang di kalangan penggemar. Informan K memberikan pernyataan tentang sikap ambivalensi :

“Suka bingung harus ngomong apa, to be honest suka banget ama dia...kaget aja kok bisa begini, makanya yang tau aku suka banget ama dia dan nanya di kolom komentar, aku cuma kasih jawaban netral aja...tunggu aja kan nanti pas ada konferensi persnya. Abis terlalu ngebelain entar dibully rame-rame.”

Informan D juga menyatakan adanya posisi yang berbeda-beda: *“Mayoritas marah dan kecewa, minoritas masih membela, tapi ada juga yang bingung mau belain atau marah.”*

Kondisi untuk menjawab netral dalam forum publik di media sosial banyak dipilih oleh penggemar yang masih berupaya netral dan mendukung Kim Soo Hyun. Dukungan diberikan antara lain karena menganggap bahwa selama belum terbukti maka publik tidak berhak menghakimi sang aktor. Akan tetapi posisi seperti ini sulit untuk ditunjukkan di media sosial karena adanya tekanan umum dari mayoritas anggota komunitas penggemar.

Bagi para penggemar yang mendukung Kim Soo Hyun dan berani mengungkapkan pendapatnya, menghadapi berbagai reaksi dalam komunitas. Informan I yang juga bersikap mendukung, menggambarkan interaksi yang terjadi :

Ada yang keras banget bela idolnya, kayak aku...tapi ada juga yang langsung yakin itu salah.”

Dinamika diskusi dalam komunitas juga tidak selalu sehat, mengingat banyak pengguna yang tidak memiliki kemampuan menyaring informasi. Ini menunjukkan bahwa kualitas diskusi di media sosial sangat bergantung pada tingkat literasi digital pengguna, dan proses pembentukan opini publik rentan terhadap disinformasi atau bias kognitif yang tidak terverifikasi.

Informan Sy menambahkan bahwa diskusi publik sering kali diarahkan pada perbandingan antara citra yang telah dibangun oleh selebritas dengan fakta atau tuduhan yang muncul. Dalam kasus Kim Soo Hyun,

kekecewaan publik terhadap ketidaksesuaian antara citra “green flag” dengan isu moral yang muncul menjadi tema sentral dalam percakapan daring, memperlihatkan bahwa pembentukan citra di era digital sangat rentan terhadap dekonstruksi jika terdapat ketidakkonsistenan antara simbol dan realitas.

“Biasanya tentang perbandingan image publiknya sama kenyataan. Kayak, ‘kok bisa aktor sebaik dia ternyata kayak gini’,”

Pola diskusi dan konten yang terbentuk di media sosial menunjukkan bahwa publik digital berperan aktif dalam merumuskan, menyebarkan, dan memperkuat narasi sosial seputar figur publik. Diskusi berlangsung dalam berbagai bentuk dari komentar langsung, unggahan meme, thread analisis, hingga video reaksi yang semuanya berkontribusi pada terbentuknya opini kolektif. Dalam konteks ini, media sosial menjadi medan artikulasi sosial yang tidak hanya merefleksikan sikap publik, tetapi juga memproduksi efek sosial nyata, seperti boikot, penghapusan konten, penindasan terhadap suara lain yang hendak membela atau tidak menentukan sikap/ posisi, serta pembentukan jarak emosional terhadap selebritas yang dinilai telah melanggar nilai moral komunitas.

Dalam komunitas penggemar Hallyu, keterlibatan tidak hanya terbatas pada konsumsi hiburan pasif, melainkan turut membentuk sistem interaksi dan solidaritas sosial yang aktif. Komunitas fandom berfungsi sebagai ruang kolektif tempat penggemar berjejaring, saling berbagi informasi, hingga menyusun respons terhadap isu-isu yang menimpa figur publik yang mereka ikuti. Ketika terjadi skandal atau kontroversi, dinamika ini menjadi lebih intens dan kompleks. Dalam konteks kasus Kim Soo Hyun, informan menunjukkan bagaimana posisi mereka dalam komunitas fandom turut memengaruhi sikap personal dan kolektif mereka, baik dalam bentuk ekspresi emosional, diskusi privat, maupun aksi publik seperti komentar dan boikot. Tindakan boikot dan penarikan dukungan ini tidak selalu dianggap sebagai keharusan kolektif, melainkan sebagai pilihan personal, seperti dijelaskan oleh

informan D, Z dan I dalam kesempatan wawancara yang berbeda.

“Boikot adalah hak fans, tidak boleh memaksakan semua orang untuk boikot” dan boikot tuh kudu dipahami sebagai pilihan personal, bukan kewajiban bareng-bareng (kolektif).” (Informan Z)

Bagi penggemar yang memilih untuk tetap mendukung, mereka memberikan berbagai justifikasi, sementara yang lain mengambil jarak atau melakukan boikot. Dalam hal ini, komunitas penggemar tidak hanya menjadi instrumen loyalitas, tetapi juga ruang negosiasi nilai, moralitas, dan identitas kolektif yang dinamis di tengah tekanan sosial dan ekspektasi publik terhadap figur yang mereka idolakan.

Bagi banyak penggemar, skandal yang muncul menjadi semacam kekacauan moralitas yang mengguncang pandangan ideal mereka terhadap sang actor, karena selama ini sang actor dianggap sebagai pribadi yang positif dalam segala hal di dalam dan di luar pekerjaan. Sikap fandom pada fase ini memperlihatkan adanya proses evaluasi emosional dan kognitif terhadap kredibilitas figur publik, yang sering kali berlangsung dalam ruang diskusi daring maupun refleksi personal.

Informan Ac menyatakan hal ini menjadi pembelajaran bagi dirinya :

“jadi mikir aja, bener kalo orang itu jangan dianggap semuanya bagus, nggak ada kelemahannya, kudu tetep ingat ya kita-kita kalo masih manusia...hahahaha”

Informan I melihat sisi positif dari kasus ini dengan menyampaikan pandangannya :

“sebenarnya selama ini di Korea udah bagus banget sistemnya, kan cuma di sini yang artis itu diharuskan jaga kelakuannya di dalam dan di luar..jadi dengan adanya kasus Kim Soo Hyun ini kita jadi belajar kalo standardnya mereka itu masih tinggi. Coba kalo itu artis Amerika...jangan harap deh”

Tindakan yang diambil oleh para penggemar dengan berhenti mengikuti akun media sosial, melewati pemberitaan apapun

tentang sang artis merupakan suatu simbol. Informan K menyatakan:

“Aku unfollow Instagram-nya Kim Soo Hyun. Tadinya follow, terus aku hapus semua post yang ada dia. Dulu pernah post di second account, sekarang udah aku hapus. Malu aja.”

Informan S menunjukkan sikapnya dengan tindakan simbolik yang berbeda :

“Hapus aja foto-foto Kim Soo Hyun di IG gua, biarpun dia belum tentu salah ya, apalagi udah ada bukti tapi mending hapus aja deh.”

Informan K membagi informasi dengan pihak lain yang menurutnya perlu mengetahui suara publik yang beredar :

“Aku juga share beritanya ke temen aku yang kerja di brand yang pernah kerjasama sama Kim Soo Hyun. Mereka sampe stress karena harus take down kerja sama itu.”

Para informan melakukan tindakan yang berbeda-beda dengan makna yang pada dasarnya sama yaitu mengurangi intensitas perhatian mereka pada aktor yang sebelumnya dianggap sebagai idola dengan citra yang positif. Dalam dinamika budaya populer Korea yang semakin global, para artis Hallyu tidak hanya bertindak sebagai penghibur atau ikon budaya, tetapi juga sebagai figur yang dianggap merepresentasikan nilai dan norma moral tertentu. Di dalam komunitas penggemar, figur publik seperti idol dan aktor tidak sekadar menjadi pusat kekaguman, melainkan juga menjadi simbol moral kolektif yang diharapkan dapat menjadi teladan.

Hal ini menjadikan hubungan antara artis dan penggemarnya jauh lebih kompleks dibanding relasi konsumen dan produk hiburan biasa. Dalam konteks ini, dapat dipahami bahwa ketika seorang figur publik mengalami krisis citra atau terlibat dalam kontroversi, maka yang terguncang bukan hanya individu artis tersebut, tetapi juga konstruksi sosial yang telah dibangun penggemar selama bertahun-tahun.

Komunitas penggemar Hallyu tidak sekadar menjadi ruang apresiasi budaya populer Korea, tetapi juga berperan dalam membentuk norma dan nilai sosial yang

menjadi tolok ukur perilaku figur publik yang mereka dukung. Nilai-nilai tersebut muncul secara kolektif dan tidak jarang menjadi dasar ekspektasi terhadap selebritas Korea, baik dari segi perilaku personal maupun moralitas publik. Norma yang terbentuk di komunitas Hallyu menunjukkan bagaimana posisi publik figur diperlakukan sebagai panutan moral, sekaligus sebagai subjek simbolis dari fantasi kolektif penggemar.

Komunitas penggemar Hallyu tidak sekadar menjadi ruang apresiasi budaya populer Korea, tetapi juga berperan dalam membentuk norma dan nilai sosial yang menjadi tolok ukur perilaku figur publik yang mereka dukung. Nilai-nilai tersebut muncul secara kolektif dan tidak jarang menjadi dasar ekspektasi terhadap selebritas Korea, baik dari segi perilaku personal maupun moralitas publik.

Semua informan menunjukkan bahwa terdapat konsensus tak tertulis dalam komunitas fandom bahwa seorang idol atau aktor Korea harus mematuhi standar perilaku tertentu. Norma ini meliputi larangan pacaran terang-terangan, menjaga citra yang “bersih”, tidak merokok atau minum secara terbuka, serta tidak terlibat dalam tindakan kontroversial yang dapat mencoreng nama baik fandom.

Temuan ini sejalan dengan kebijakan resmi berbagai agensi hiburan di Korea Selatan. Misalnya, HYBE dan YG Entertainment secara eksplisit melarang idol mereka untuk berpacaran demi menjaga citra positif di mata publik dan menghindari risiko kehilangan penggemar, sebagaimana diberitakan oleh CNBC Indonesia (2023), “Idol K-pop Tak Boleh Pacaran, Begini Aturan HYBE dan YG” yang menegaskan adanya aturan tegas terkait hubungan asmara bagi artis K-pop (CNBC Indonesia, 2023). Selain itu, isu perilaku seperti merokok juga menjadi sorotan besar. IDN Times (2023) menuliskan bahwa merokok merupakan isu kontroversial bagi idola dan dapat memicu kecaman publik serta membahayakan karier mereka karena dianggap bertentangan dengan citra bersih yang harus dijaga (IDN Times, 2024).

Standar moral yang dikenakan kepada para artis Korea di mata penggemar Indonesia memang sangat tinggi dan rumit. Artis diharapkan selalu menjaga citra, tidak boleh pacaran secara terbuka, tidak merokok atau minum alkohol di depan publik, dan harus tampil tanpa kontroversi. Banyak penggemar menilai idol harus jadi panutan dan terlihat sempurna, padahal di sisi lain mereka menyadari bahwa para idola hanya manusia biasa yang mempunyai kelemahan. Di sini kita dapat melihat bahwa standar moral terhadap artis bukanlah entitas tetap, melainkan hasil konstruksi sosial yang terus dinegosiasikan seiring dinamika media, isu, dan diskursus publik.

Fenomena ini menandai pentingnya kredibilitas moral dalam dunia selebritas, di mana pelanggaran terhadap nilai-nilai bersama tidak hanya merusak citra individual, tetapi juga mengguncang rasa kepercayaan kolektif dalam komunitas. Dalam kasus Kim Soo Hyun, penilaian negatif yang muncul merupakan refleksi dari harapan yang dikhianati, dan pada saat yang sama, merupakan bagian dari proses sosial di mana publik menegakkan batas-batas etika terhadap siapa pun yang berada dalam ruang sorotan media.

Respons publik pun berkembang secara dinamis. Di satu sisi, media sosial mempercepat distribusi informasi dan pendapat publik seputar kasus ini. Di sisi lain, individu penggemar menghadapi dilema moral antara mempertahankan loyalitas terhadap sosok yang mereka kagumi atau menarik dukungan sebagai bentuk sanksi simbolik. Dalam hal ini terdapat dua respon: (1) bagaimana penggemar secara personal menimbang ulang kepercayaan dan keterikatan emosional mereka terhadap figur Kim Soo Hyun, dan (2) bagaimana respons kolektif di media sosial berkembang dari simpati menjadi bentuk sanksi sosial.

Para informan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa respons pribadi terhadap kasus Kim Soo Hyun berlangsung dalam dimensi emosional, etis, dan reflektif yang kompleks. Meskipun mayoritas tidak secara terbuka mengekspresikan sikap mereka di ruang publik, terdapat perbedaan yang

signifikan dalam cara mereka memproses dan menyikapi isu ini secara personal.

Simpulan

Fenomena *cancel culture* terhadap Kim Soo Hyun berlangsung secara masif di media sosial melalui proses interaksi dan negosiasi makna antar-penggemar. Peristiwa kontroversi memicu reaksi kolektif berupa pengucilan, penyebaran opini negatif, dan ajakan untuk berhenti mendukung sang aktor. Dinamika ini memperlihatkan bahwa praktik *cancel culture* tidak sekadar ekspresi kekecewaan individu, tetapi berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial komunitas fandom. Kasus kontroversial Kim Soo Hyun memicu respon kuat dari penggemar, mulai dari kekecewaan, kemarahan, hingga tindakan simbolik seperti unfollow dan boikot. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar memiliki kapasitas reflektif dan kritis dalam menyikapi isu-isu moral. Diskusi tentang kontroversi figur publik terjadi secara intensif, baik dalam ruang publik digital maupun privat seperti grup-grup internal, yang mencerminkan kompleksitas dinamika emosional dan sosial di komunitas fandom. Respons terhadap kasus kontroversial tidak terbatas pada ekspresi verbal, tetapi juga mencakup tindakan simbolik yang berdampak pada reputasi dan ekonomi figur publik, menunjukkan efektivitas media sosial sebagai mekanisme kontrol sosial kolektif.

Sedangkan media sosial seperti Twitter, Instagram, dan TikTok berperan sebagai kanal utama dalam membentuk opini publik, menyebarkan informasi, serta mengoordinasikan aksi pembatalan terhadap Kim Soo Hyun. Algoritma platform digital mempercepat viralitas isu, memperkuat gema opini sekelompok pengguna, dan menciptakan ruang diskusi sekaligus polarisasi di antara penggemar. Para penggemar membangun gambaran moralitas dan citra personal Kim Soo Hyun melalui diskusi daring yang dipengaruhi nilai-nilai yang ada dalam komunitas fandom. Norma bersama yang terbentuk mendorong sebagian penggemar untuk “membatalkan” dukungan mereka, sementara sebagian lain

memilih memisahkan karya dari kehidupan pribadi aktor. Proses konstruksi ini menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap figur publik bersifat dinamis, dinegosiasikan, dan sangat dipengaruhi oleh konteks budaya digital.

Konstruksi sosial dalam komunitas fandom Hallyu menghasilkan standar moral yang tinggi bagi figur publik Korea. Norma-norma tersebut meliputi sikap profesional, etika personal, hingga perilaku sehari-hari, yang kemudian menjadi dasar evaluasi moral terhadap selebritas. Persepsi moral terhadap figur publik seperti Kim Soo Hyun sangat dinamis dan bisa berubah drastis seiring munculnya kasus kontroversial. Ketidaksihonestan antara citra ideal dengan realitas perilaku selebritas mampu mengguncang kepercayaan dan loyalitas penggemar.

Daftar Pustaka

- Anjarini, D. N. (2020). Cancel culture in the frame of comparison of Indonesia and South Korea. *Jurnal Scientia Indonesia*, 6(1), 59–82. <https://doi.org/10.15294/jsi.v6i1.36131>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (International student ed.). SAGE.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Dwihadiah, D.L. (2015). *Media dan Imperialisme Budaya: Studi pada Sub Kultur Penggemar K-Pop di Indonesia*. Ph.D Dissertation. Universitas Indonesia
- Fleming, K.L. (2007). *Participatory Fandom in American Culture: A Qualitative Case Study of DragonCon Attendees*. USF

- Tampa Graduate Theses and Dissertations.
<https://digitalcommons.usf.edu/etd/707>
- Flick, U. (2014). *An introduction to qualitative research* (5th ed.). Sage.
- Goodstats. (2022, September 22). Indonesia jadi negara dengan fans K-pop terbanyak di dunia.
- Hirschi, T. (1969). *Causes of delinquency*. University of California Press.
- Jaafar, G. B., & Herna, H. (2024). The Impact of Media in Cancel Culture Phenomenon. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(2), 382–390.
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i2.893>
- Jin, D. Y., & Yoon, K. (2016). The social mediascape of transnational Korean pop culture: Hallyu 2.0 as spreadable media practice. *New Media & Society*, 18(7), 1277–1292.
<https://doi.org/10.1177/1461444814554895>
- Khairani, M., & Desky, A. F. (2025). The Influence of Fanaticism and Religiosity on Verbal Aggressive Behavior Among K-Pop Fans. *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama*, 5(1), 1–12.
<https://doi.org/10.22373/arj.v5i1.27493>
- Mardeson, E., & Mardesci, H. (2022). Fenomena Boikot Massal (Cancel Culture) di Media Sosial. *Jurnal Riset Indragiri*, 1(3), 174–181.
<https://doi.org/10.61069/juri.v1i3.27>
- Merdeka.com. (2015, March 12). Perjalanan Karier Kim Soo Hyun Hingga jadi Aktor Termahal Korea Selatan, Kini Disorot Karena Skandal. *Merdeka.com*.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE Publications.
- Ng, E. (2020). No Grand Pronouncements Here...: Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation. *Television & New Media*, 21(6), 621–627.
<https://doi.org/10.1177/1527476420918828>
- Prahastisiwi, A. H. (2024, July 11). Fenomena Musik Korea: Indonesia Tempati Posisi Ke-3 Pasar K-Pop Dunia.
- Rahma, M. D., & Fauzi, A. M. (2023). Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop Dalam Komunitas Exo-L Di Surabaya. *Paradigma*, 12(1), 130–140.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/55477>
- Sha, J. (2024). Global Cultural Integration Strategies of Korean Entertainment Companies Regarding the Idol Culture Industry: The Case of SM Entertainment. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 31, 107–112.
<https://doi.org/10.54097/yakr0631>
- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Society*, 4(1), 15–22.
<https://doi.org/10.33019/society.v4i1.32>
- Wei, H. (2024). Exploring the Influence and Potential of New Media on Traditional Cultural Communication. *SHS Web of Conferences*, 185, 02016.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/202418502016>
- Wong, K. F. & Zhou, Y., (2025) “Identity, Community, and Fantasy: Exploring Transnational Boys’ Love (BL) Consumption in the American Midwest”, *Global Storytelling: Journal of Digital and Moving Images* 5(1): 3. doi: <https://doi.org/10.3998/gj.7383>
- Yang, J. (2012). The Korean Wave (Hallyu) in East Asia: A Comparison of Chinese, Japanese, and Taiwanese Audiences Who Watch Korean TV Dramas. *Development and Society*, 41(1), 103–147.
<https://doi.org/10.21588/dns.2012.41.1.005>

Yasser, M. F., Silalahi, R. Y., & Santoso, A. P.
(2024). Hubungan Fanatisme terhadap
Tindakan Agresi Verbal Fandom
Kpop di Twitter. *Jurnal Psikologi*,

20(1), 1.
<https://doi.org/10.24014/jp.v20i1.2039>
3