

Resiliensi Penggemar sebagai Strategi Komunikasi Krisis: Studi Kasus Fandom Kim Hyun-Joong Indonesia dalam Menghadapi *Cancel Culture*

Ratih Siti Aminah^{1*)}, Kandita Aulia Putri², Muslim Muslim³, Yuyus Rustandi⁴
^{1,2,3,4} Universitas Pakuan

*)Surel korespondensi: ratih.sitiaminah@unpak.ac.id

Kronologi Naskah: diterima 21 Mei 2026; direvisi 1 Juli 2026; diputuskan 3 Juli 2026

Abstrak

Cancel culture telah berkembang menjadi fenomena sosial yang secara signifikan mengancam citra dan keberlangsungan karier figur publik di era digital. Kim Hyun-Joong, artis Korea Selatan, mengalami fenomena ini melalui kontroversi hukum berkepanjangan bersama mantan kekasihnya sejak tahun 2014 hingga 2020. Meskipun Mahkamah Agung Korea Selatan telah menyatakan dirinya tidak bersalah pada tahun 2020, citra publiknya masih terus terpengaruh oleh narasi negatif yang beredar di ruang digital. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus kualitatif untuk mengkaji bagaimana *fanbase* Kim Hyun-Joong di Indonesia berfungsi sebagai sistem komunikasi krisis terintegrasi dalam mendukung proses pemulihan citra artis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan administrator dan anggota aktif *fanbase*, dilengkapi dengan observasi sistematis pada akun-akun *fanbase* di platform media sosial TikTok, Instagram, dan Twitter. Temuan penelitian mengungkapkan lima fungsi strategis yang saling terhubung yang dijalankan oleh *fanbase*, meliputi kurasi informasi, koordinasi aksi, pembentukan opini, jembatan komunikasi, dan arsip digital. Resiliensi penggemar, yang dianalisis melalui kerangka Grotberg mengenai *I Have, I Am, dan I Can*, menjadi dasar bagi aktivitas digital yang konsisten, kreatif, dan berkelanjutan bahkan setelah tekanan langsung *cancel culture* secara bertahap mereda. Penelitian ini membuktikan bahwa media sosial bukan sekadar platform ekspresi diri, melainkan alat komunikasi strategis yang efektif dengan dampak nyata dan terukur terhadap pemulihan reputasi digital. Studi ini berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi krisis berbasis komunitas dan budaya partisipatoris dalam konteks fenomena *Korean Wave*.

Kata kunci: *cancel culture*; komunikasi krisis; fandom digital; *fanbase*; resiliensi penggemar.

Abstract

Cancel culture has evolved into a powerful social phenomenon that significantly threatens the image and career sustainability of figur publics in the digital era. Kim Hyun-Joong, a South Korean artist, experienced this phenomenon through a prolonged legal controversy with his former girlfriend from 2014 to 2020. Despite the Supreme Court of South Korea ruling him not guilty in 2020, his public image continued to be affected by damaging narratives circulating in digital spaces. This study employs a qualitative case study method to examine how the Indonesian *fanbase* of Kim Hyun-Joong functions as an integrated crisis communication system in supporting the artist's image recovery process. Data were collected through in-depth interviews with *fanbase* administrators and active members, supplemented by systematic observation of *fanbase* accounts on social media platforms including TikTok, Instagram, and Twitter. The findings reveal five interconnected strategic functions performed by the *fanbase*: information curation, action coordination, opinion building, communication bridging, and digital archiving. These functions form a cohesive, self-sustaining communication ecosystem. Fan resilience, analyzed through Grotberg's framework of *I Have, I Am, and I Can*, serves as the foundation for consistent, creative, and sustainable digital activities even after the immediate pressure of *cancel culture* gradually subsided. This research demonstrates that social media is not merely a platform for self-expression but an effective strategic communication tool with real and measurable impact on digital reputation recovery. The study contributes to the expansion of community-based crisis communication theory and participatory culture in the context of the *Korean Wave* phenomenon.

Keywords: *cancel culture*; crisis communication; digital fandom; *fanbase*; fan resilience.

Pendahuluan

Perkembangan industri hiburan global, khususnya dalam era digitalisasi yang masif, telah menciptakan ekosistem komunikasi yang semakin kompleks dan dinamis. Figur publik dan selebriti kini beroperasi dalam lingkungan di mana informasi dapat tersebar dalam hitungan detik, opini publik dapat berubah secara drastis, dan reputasi yang dibangun selama bertahun-tahun dapat runtuh dalam waktu singkat akibat satu peristiwa kontroversial.

Kim Hyun-Joong, artis Korea Selatan yang meraih popularitas internasional melalui serial drama *Boys Over Flowers* dan kiprahnya sebagai anggota grup SS501, merupakan salah satu kasus paling representatif dari fenomena *cancel culture* dalam konteks *Korean Wave*. Kontroversi hukum yang melibatkannya dengan mantan kekasih sejak tahun 2014 tidak hanya mengguncang basis penggemar di Korea Selatan, tetapi juga memicu gelombang penghukuman sosial yang bersifat transnasional. Kasus ini menjadi ujian nyata bagi komunitas penggemar internasional, termasuk di Indonesia, yang dihadapkan pada pilihan antara ikut dalam arus penghukuman kolektif atau mempertahankan dukungan terhadap artis yang mereka kagumi. Kasus ini menarik secara akademis karena respons yang ditunjukkan oleh komunitas penggemar Kim Hyun-Joong di Indonesia. Para penggemar tidak merespons dengan menarik diri atau tunduk pada tekanan opini publik, para penggemar justru mengorganisir diri secara kolektif, membangun infrastruktur digital yang sistematis, dan menjalankan strategi komunikasi yang terstruktur guna mendukung pemulihan citra sang artis.

Penelitian tentang fandom dan komunikasi krisis selama ini cenderung menempatkan penggemar sebagai objek pasif yang terdampak krisis, bukan sebagai aktor aktif yang merespons dan mengelola krisis itu sendiri. Jenkins (2006) dalam teorinya tentang *convergence culture* mengidentifikasi transformasi peran penggemar, namun lebih berfokus pada produksi konten kreatif daripada manajemen krisis reputasi. Studi-studi tentang

cancel culture seperti yang dilakukan Ng (2020) dan Clark (2020) lebih menganalisis perilaku publik yang menghukum, bukan komunitas yang bertahan dan melawan arus tersebut. Kesenjangan literatur ini membuka ruang penelitian yang penting dan relevan. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif untuk mengetahui bagaimana *fanbase* Kim Hyun-Joong di Indonesia berfungsi sebagai sistem komunikasi krisis terintegrasi dalam proses pemulihan citra artis. Penelitian ini mengintegrasikan *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) dari Coombs (2019), dan kerangka resiliensi Grotberg (1995). Penelitian ini menganalisis lima fungsi strategis yang dijalankan oleh komunitas penggemar dalam menghadapi *Cancel culture*.

Cancel culture dalam konteks komunikasi digital merupakan fenomena sosial yang berakar pada dinamika media sosial, di mana individu, umumnya figur public yang dianggap berperilaku tidak etis mendapat respons hukuman kolektif berupa penarikan dukungan publik secara masif (Bouvier & Machin, 2021). Istilah ini mencerminkan transformasi cara masyarakat mengekspresikan ketidaksetujuan moral dalam era digital, dari boikot tradisional menjadi kampanye viral yang dapat mencapai jutaan orang dalam waktu singkat.

Clark (2020) menjelaskan bahwa *cancel culture* memiliki dua dimensi yang saling bertumpang tindih: dimensi akuntabilitas sosial yang berfungsi sebagai mekanisme kontrol perilaku figur publik, dan dimensi punisif yang seringkali berkembang melampaui proporsi kesalahan yang dilakukan. Ng (2020) menambahkan bahwa fenomena ini tidak selalu menghasilkan outcomes yang jelas. Ketika seorang artis mungkin kehilangan sebagian penggemarnya, namun tetap dapat mempertahankan karier, salah satunya bergantung pada kekuatan komunitas pendukungnya.

Cancel culture dalam konteks *Korean Wave*, memiliki dinamika unik karena melibatkan lintas budaya dan lintas negara. Penggemar K-pop dan K-drama di seluruh

dunia membentuk komunitas yang solid dengan loyalitas tinggi, namun juga sangat responsif terhadap kontroversi yang melibatkan idola mereka. Lee dan Chung (2017) mengamati bahwa skandal selebriti dalam industri hiburan Korea cenderung mendapat respons publik yang lebih keras dibandingkan industri hiburan lain, sebagian karena standar moral yang tinggi yang diharapkan dari artis K-pop.

Coombs (2019) melalui *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) memberikan kerangka sistematis untuk memahami bagaimana organisasi atau individu dapat merespons krisis reputasi secara efektif. SCCT mengklasifikasikan krisis berdasarkan tingkat tanggung jawab yang dipersepsikan publik, dengan tiga kluster utama: *victim cluster* (tanggung jawab minimal), *accidental cluster* (tanggung jawab rendah), dan *preventable cluster* (tanggung jawab tinggi).

Kasus Kim Hyun-Joong awalnya diklasifikasikan oleh sebagian besar publik ke dalam *preventable cluster*, yang menghasilkan respons publik paling keras. Namun, seiring berkembangnya proses hukum dan munculnya fakta-fakta baru, sebagian penggemar mereframing situasi ini ke dalam *accidental cluster*. SCCT menekankan bahwa respons komunikatif yang tepat dan konsisten dapat membantu memulihkan reputasi, meskipun krisis sudah sangat parah (Coombs, 2019). Di sinilah peran *fanbase* menjadi strategis sebagai komunikator yang memediasi antara artis dan publik.

Benoit (2018) melalui *Image Repair Theory* menawarkan perspektif komplementer, mengidentifikasi berbagai strategi pemulihan citra termasuk *denial*, *evading responsibility*, *reducing offensiveness*, *corrective action*, dan *mortification*. Dalam konteks penelitian ini, *fanbase* secara kreatif mengadopsi dan mengadaptasi strategi-strategi ini dalam komunikasi digital mereka, khususnya strategi *denial* dan *reducing offensiveness* melalui penyebaran konten yang memperkuat narasi positif tentang artis.

Aplikasi konsep ini pada *fanbase* Kim Hyun-Joong di Indonesia mengungkapkan bahwa komunitas ini telah mengembangkan

kapasitas untuk mempertahankan dan meregenerasi aktivitasnya secara mandiri, tidak bergantung pada arahan dari manajemen artis atau pihak eksternal lainnya. Setiap fungsi strategis yang dijalankan *fanbase* saling memperkuat dan mengisi satu sama lain, menciptakan siklus yang *self-sustaining*.

Grotberg (1995) mendefinisikan resiliensi sebagai kapasitas manusia untuk menghadapi, mengatasi, dan bahkan menjadi lebih kuat akibat adversitas. Grotberg mengidentifikasi tiga sumber resiliensi yang saling berinteraksi dalam formula *I Have, I Am, dan I Can*.

Pertama, *I Have* merujuk pada sumber-sumber dukungan eksternal yang dimiliki individu atau komunitas, mencakup hubungan-hubungan yang dapat dipercaya, struktur dan aturan yang jelas, serta model-model perilaku positif. Kedua, *I Am* mencerminkan kekuatan-kekuatan internal individu, termasuk perasaan dicintai, rasa tanggung jawab, empati, kepercayaan diri, dan optimisme. Ketiga, *I Can* merepresentasikan keterampilan-keterampilan interpersonal dan pemecahan masalah yang dimiliki individu atau komunitas, termasuk kemampuan berkomunikasi, mengelola emosi, dan mencari bantuan ketika diperlukan.

Kinanthi et al. (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa resiliensi komunitas berkontribusi positif terhadap ketahanan individu dalam menghadapi tekanan sosial. Temuan ini relevan dengan konteks *fanbase*, di mana resiliensi kolektif komunitas penggemar menjadi fondasi bagi aktivitas digital yang berkelanjutan. Jenkins (2006) memperkenalkan konsep *participatory culture* untuk mendeskripsikan budaya di mana penggemar tidak lagi sekadar menjadi konsumen pasif tetapi berperan aktif sebagai produser dan distributor konten. Dalam *convergence culture*, batas antara produser dan konsumen media menjadi semakin kabur, dan penggemar memainkan peran kunci dalam menyebarkan dan memaknai konten budaya populer. Jenkins et al. (2013) mengembangkan konsep *spreadable media*, yang menekankan bagaimana nilai dan makna dalam budaya jaringan diciptakan melalui sirkulasi konten oleh partisipan aktif. Dalam konteks penelitian

ini, *fanbase* Kim Hyun-Joong di Indonesia beroperasi persis sebagai spreadable media agents. *Fanbase* tidak hanya mengonsumsi konten tentang artis, tetapi secara aktif memproduksi, mengkurasi, dan mendistribusikan narasi-narasi yang mendukung pemulihan citranya. Shirky (2008) menambahkan dimensi organisasional tentang komunitas digital. Menurutnya, teknologi media sosial telah menciptakan infrastruktur bagi kelompok-kelompok non-profesional untuk mengorganisir aksi kolektif yang sebelumnya hanya mungkin dilakukan oleh organisasi formal. Observasi ini sangat relevan dengan fenomena *fanbase* Kim Hyun-Joong, yang mampu menjalankan fungsi-fungsi komunikasi krisis.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus kualitatif (qualitative case study) Metode ini dipilih karena kemampuannya untuk menangkap kompleksitas dari fenomena yang diteliti, yaitu bagaimana *fanbase* berfungsi sebagai sistem komunikasi krisis yang tidak dapat ditangkap secara memadai melalui metode kuantitatif. Pada penelitian ini, *fanbase* sebagai sistem komunikasi terintegrasi dengan mempertimbangkan berbagai sumber bukti. Penentuan informan penelitian menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) administrator atau anggota aktif *fanbase* Kim Hyun-Joong di Indonesia, (2) aktif mengelola atau berkontribusi pada akun *fanbase* selama minimal satu tahun, (3) berpengalaman menghadapi situasi krisis terkait kontroversi artis, dan (4) bersedia berbagi pengalaman secara mendalam. Saturasi data dicapai setelah wawancara dengan tujuh informan utama yang mencakup administrator *fanbase* @khj_id*** (CP) dan @henecia***(ER) serta anggota aktif komunitas. Pengumpulan data dilakukan pertama, melalui wawancara mendalam (in-depth interview) semi-terstruktur, menggunakan panduan wawancara yang dikembangkan berdasarkan kerangka teoritis penelitian. Kedua, observasi sistematis terhadap aktivitas digital *fanbase* pada platform TikTok, Instagram, dan Twitter

selama periode tiga bulan. Ketiga, analisis dokumen digital berupa konten yang diproduksi dan didistribusikan oleh *fanbase*, termasuk postingan, komentar, dan interaksi dengan penggemar lain. Analisis data mengikuti prosedur analisis studi kasus Yin (2018) yang meliputi penyusunan database kasus yang sistematis, pattern matching antara temuan empiris dan proposisi teoritis, dan sintesis lintas kasus untuk mengidentifikasi pola yang konsisten. Triangulasi dilakukan melalui multi-sumber data (wawancara, observasi, dokumen) dan member checking untuk memastikan validitas temuan.

Hasil dan Pembahasan

Fanbase sebagai Sistem Komunikasi Krisis Terintegrasi

Temuan penelitian secara konsisten menunjukkan bahwa *fanbase* Kim Hyun-Joong di Indonesia telah berkembang melampaui fungsi konvensional. Komunitas ini beroperasi sebagai sistem komunikasi krisis yang terstruktur, sistematis, dan efektif. Kondisi ini mencerminkan kematangan komunitas digital dalam merespons krisis reputasi di era media sosial. Perubahan ini terjadi tidak secara spontan, melainkan merupakan hasil dari proses adaptasi dan pembelajaran kolektif yang berlangsung selama bertahun-tahun. Sejalan dengan penelitian ini, Shirky (2008) menjelaskan, teknologi media sosial telah mendemokratisasi kapasitas organisasi kolektif, memungkinkan kelompok-kelompok nonprofesional untuk menjalankan fungsi-fungsi yang sebelumnya memerlukan infrastruktur dan sumber daya organisasi formal. *Fanbase* Kim Hyun-Joong telah memanfaatkan infrastruktur digital ini secara optimal dalam membangun sistem komunikasi krisis yang berfungsi seolah tim hubungan masyarakat yang profesional.

Kurasi Informasi Fondasi Narasi Berbasis Fakta

Fungsi kurasi informasi merupakan fondasi dari keseluruhan sistem komunikasi krisis yang dibangun oleh *fanbase*. Para administrator *fanbase* menjalankan peran

sebagai gatewatcher. Salah satu informan, CP selaku admin *fanbase* @khj_id***, menjelaskan prinsip yang menjadi panduan dalam kegiatan kurasi informasi komunitas mereka: "Sebagai penggemar bukan hanya soal suka atau tidak suka, tapi kami ingin memastikan agar orang-orang, khususnya para penggemar mendapatkan informasi yang benar dan mendapatkan informasi dari sisi lain yang tidak diberitakan media."

Pernyataan ini mengungkapkan kesadaran yang mendalam tentang peran media dalam membentuk opini publik dan pentingnya counter-narrative dalam konteks krisis reputasi. *Fanbase* secara aktif mengisi kesenjangan informasi yang ditinggalkan oleh media mainstream, yang cenderung memberitakan aspek-aspek kontroversi tanpa memberikan konteks yang memadai tentang perkembangan proses hukum dan perspektif artis. Utz et al. (2016) dalam penelitiannya tentang komunikasi krisis online menemukan bahwa kecepatan dan akurasi informasi merupakan dua faktor paling kritis dalam manajemen krisis digital. *Fanbase* Kim Hyun-Joong memahami prinsip ini dan menerapkannya melalui sistem monitoring informasi yang berkelanjutan, di mana anggota komunitas secara kolektif berperan sebagai jaringan pemantau yang mampu mendeteksi dan merespons informasi baru dengan cepat.

Koordinasi Aksi Mengubah Solidaritas Menjadi Kekuatan

Fungsi koordinasi aksi merupakan dimensi paling visible dari aktivitas *fanbase* dalam konteks krisis komunikasi. Solidaritas emosional menjadi kekuatan kolektif yang terukur. Aksi-aksi terkoordinasi yang dilakukan oleh *fanbase* Kim Hyun-Joong di Indonesia meliputi kampanye streaming konten artis untuk meningkatkan statistik digital, partisipasi dalam voting penghargaan untuk memperkuat kehadiran artis di ranah publik, kampanye tagar di media sosial, untuk menciptakan trending yang positif, serta mobilisasi komunitas untuk melaporkan dan menghapus konten yang mengandung disinformasi tentang artis.

Koordinasi aksi ini memerlukan infrastruktur komunikasi yang efisien. *Fanbase* memanfaatkan berbagai platform secara simultan, grup WhatsApp untuk koordinasi internal, Twitter/X untuk kampanye publik, TikTok dan Instagram untuk produksi dan distribusi konten kreatif. Penggunaan multi-platform ini tidak hanya memperluas jangkauan aksi tetapi juga menciptakan redundansi dalam sistem komunikasi, sehingga ketika satu platform mengalami hambatan (seperti ketika akun TikTok CP terkena pembatasan), komunitas dapat segera beralih ke platform alternatif. Sejalan dengan penelitian ini, Brown dan Billings (2020) dalam penelitiannya tentang fandom dan forgiveness menemukan bahwa aksi-aksi kolektif yang terorganisir oleh komunitas penggemar memiliki dampak nyata terhadap persepsi publik dan kesediaan masyarakat untuk memberikan kesempatan kedua kepada figur publik yang terlibat kontroversi. Temuan ini konsisten dengan yang ditemukan dalam penelitian ini, di mana kampanye-kampanye terkoordinasi yang dijalankan *fanbase* berhasil menjaga dan bahkan meningkatkan visibilitas positif Kim Hyun-Joong di ruang digital Indonesia.

Pembentukan Opini Re-framing Narasi Krisis

Fungsi pembentukan opini merupakan yang paling kompleks secara komunikatif, karena melibatkan upaya untuk memengaruhi cara orang memaknai peristiwa dan informasi. Dalam konteks krisis reputasi Kim Hyun-Joong, *fanbase* menjalankan fungsi ini melalui dua strategi, pertama, *deconstruction of dominant narrative*, yaitu membongkar narasi dominan yang merugikan artis dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kritis tentang bukti dan motivasi di balik tuduhan, dan kedua, *construction of alternative narrative*, yaitu membangun narasi alternatif yang menempatkan artis dalam konteks yang lebih manusiawi dan adil. Strategi pembentukan opini ini sangat bergantung pada kemampuan anggota komunitas untuk melakukan persuasi digital yang efektif. Mereka menggunakan berbagai teknik retorika

digital, termasuk penyajian bukti-bukti yuridis (terutama putusan Mahkamah Agung Korea Selatan tahun 2020), narasi tentang ketangguhan artis dalam menghadapi proses hukum yang panjang, dan testimonial emosional dari penggemar yang berbagi pengalaman personal mereka dengan musik dan karya artis.

Jembatan Komunikasi Membangun Solidaritas Transnasional

Fungsi keempat sebagai jembatan komunikasi, mencerminkan dimensi transnasional dari fandom K-pop dan K-drama yang menjadi salah satu karakteristik paling khas dari *Korean Wave*. *Fanbase* Kim Hyun-Joong di Indonesia tidak beroperasi secara terisolasi, melainkan merupakan bagian dari jaringan global penggemar yang saling terhubung dan saling mendukung. Salah satu informan, seorang mantan admin *fanbase*, menggambarkan dinamika ini dengan jelas:

"Karena dulu saya juga admin fanbase, jadi saya banyak kenal dengan akun fanbase lain, baik dari luar negeri maupun dari dalam negeri. Saling support dan saling menenangkan saja kalau ada yang mencaci di medsos. Seperti dulu ketika ada netizen yang jelek-jelekin KHJ di akun saya, lalu fanbase-fanbase lain mulai muncul dan coba kasih pengertian ke orang tersebut, meskipun sampai akhir tidak berhasil" (ER, 15 Maret 2025)

Kutipan ini mengungkapkan beberapa hal penting tentang fungsi jembatan komunikasi. Pertama, ada jaringan informal yang kuat antara *fanbase* dari berbagai negara, yang dibangun melalui interaksi berkelanjutan di media sosial. Kedua, jaringan ini memiliki mekanisme solidaritas yang responsif ketika satu *fanbase* menghadapi serangan, *fanbase* dari negara lain segera memberikan dukungan. Ketiga, meskipun tidak selalu berhasil mengubah opini pihak yang berseberangan, upaya kolektif ini tetap berfungsi sebagai signal yang kuat tentang solidaritas dan komitmen komunitas penggemar.

Kim (2020) dalam studinya tentang *Korean Wave* dan komunikasi fandom global

menekankan bahwa transnasionalisme fandom K-pop adalah salah satu kekuatan utama yang membedakannya dari fandom budaya populer lainnya. Kemampuan untuk memobilisasi dukungan lintas batas negara dan budaya memberikan *fanbase* Kim Hyun-Joong sumber daya komunikasi yang jauh lebih besar dari yang dapat dimiliki komunitas penggemar domestik manapun secara individual.

Arsip Digital Membangun Narasi Jangka Panjang

Fungsi arsip digital mungkin merupakan yang paling kurang mendapat perhatian dalam literatur komunikasi krisis, namun temuan penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi ini memiliki peran yang sangat strategis dalam proses pemulihan citra jangka panjang. *Fanbase* secara sistematis mendokumentasikan perjalanan karir Kim Hyun-Joong, dari prestasi sebelum kontroversi, perkembangan kasus hukum, hingga aktivitas artis pasca-putusan dalam format yang mudah diakses dan dibagikan.

Arsip digital ini berfungsi sebagai counter-archive terhadap narasi negatif yang juga tersimpan dalam memori digital internet. Ketika seseorang mencari informasi tentang Kim Hyun-Joong dan menemukan konten negatif dari masa lalu, arsip yang dikelola *fanbase* menyediakan alternatif naratif yang lebih komprehensif dan berimbang. Lebih dari itu, arsip ini berfungsi sebagai alat edukasi bagi penggemar baru yang mengenal artis setelah kontroversi mereda, mereka dapat mempelajari konteks lengkap kasus melalui dokumentasi yang dikurasi komunitas.

Pratiwi et al. (2022) dalam penelitiannya tentang pemulihan citra pejabat publik Indonesia selama pandemi COVID-19 menemukan bahwa konsistensi dan kontinuitas narasi positif merupakan faktor kunci dalam keberhasilan pemulihan citra. Temuan ini menguatkan signifikansi fungsi arsip digital yang dijalankan *fanbase*, yang secara efektif memastikan bahwa narasi positif tentang artis tersedia secara konsisten dan dapat diakses kapanpun diperlukan.

Resiliensi Penggemar Analisis Kerangka Grotberg

Keberlanjutan dan konsistensi aktivitas *fanbase* Kim Hyun-Joong dalam menghadapi *Cancel culture* tidak dapat dipisahkan dari dimensi resiliensi yang dimiliki oleh para anggotanya. Analisis melalui kerangka Grotberg (1995) mengungkapkan bagaimana ketiga elemen resiliensi *I Have, I Am, dan I Can* berinteraksi dan saling menguatkan untuk membentuk fondasi psikologis dan sosial yang memungkinkan komunitas bertahan dan bahkan berkembang di tengah tekanan sosial yang signifikan.

Dimensi *I Have*: Kekuatan Jaringan dan Dukungan Sosial

Dimensi *I Have* dalam konteks *fanbase* Kim Hyun-Joong termanifestasi dalam bentuk jaringan dukungan sosial yang kuat, baik di dalam komunitas Indonesia maupun dalam jaringan fandom global yang lebih luas. Dimensi ini merupakan sumber resiliensi eksternal yang memberikan rasa aman, validasi, dan kekuatan bagi para penggemar dalam menghadapi tekanan sosial.

Dukungan ini tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga fungsional. Ketika seorang anggota atau admin *fanbase* menghadapi serangan dari pihak yang berseberangan, komunitas segera merespons dengan solidaritas yang konkret: melaporkan akun penyebar konten negatif secara bersama-sama, memberikan komentar dukungan yang mengimbangi komentar negatif, dan berbagi pengalaman serta strategi dalam menghadapi situasi serupa. Fenomena ini tercermin dari pengalaman CP pemilik akun @khj_id**, mantan pengelola *Fanbase*, menyatakan bahwa "Ketika akun TikTok-nya terus-menerus dikenai pembatasan akibat report dari pihak yang berseberangan, komunitas sesama penggemar memberikan dukungan yang membuatnya mampu mempertahankan semangatnya" (wawancara pada April 2025). Melalui intervensi komunitas tersebut, korban mampu mempertahankan resiliensi mental dan segera mengalihkan aktivitas komunikasi mereka ke platform alternatif.

Elemen *I Have* juga mencakup dimensi transnasional yang khas dari fandom K-pop. Penggemar Kim Hyun-Joong di Indonesia memiliki akses ke jaringan dukungan yang melampaui batas geografis, mereka dapat berkolaborasi dengan *fanbase* dari Korea Selatan, Jepang, China, Filipina, dan berbagai negara lain. Jaringan transnasional ini tidak hanya memperluas basis dukungan tetapi juga menyediakan sumber informasi yang lebih kaya dan perspektif yang lebih beragam tentang situasi yang dihadapi artis.

Hall (2018) dalam penelitiannya tentang dukungan emosional dalam komunitas online menemukan bahwa komunitas digital yang kohesif mampu menyediakan tingkat dukungan sosial yang setara dengan komunitas tatap muka, terutama dalam menghadapi tekanan sosial yang berkaitan dengan identitas kelompok. Temuan ini menguatkan signifikansi dimensi *I Have* dalam mempertahankan resiliensi penggemar Kim Hyun-Joong di Indonesia.

Dimensi *I Am*: Identitas, Keyakinan, dan Loyalitas Moral

Dimensi *I Am* merepresentasikan sumber resiliensi internal yang paling fundamental, kekuatan yang berasal dari dalam diri penggemar itu sendiri. Dalam konteks penelitian ini, dimensi *I Am* terwujud dalam bentuk identitas sebagai penggemar yang loyal, keyakinan tentang ketidakbersalahan atau kelayakan artis untuk mendapatkan kesempatan kedua, dan internalisasi nilai-nilai tentang keadilan dan kesetiaan.

Kasus CP memberikan ilustrasi yang kaya tentang dimensi *I Am*. Alasan utamanya bertahan sebagai penggemar Kim Hyun-Joong bukan sekadar kecintaan terhadap karya artis, tetapi dikonstruksi melalui kekaguman moral terhadap karakter artis itu sendiri: "Yang paling bikin aku tetap dukung dia adalah kegigihannya. Dia nggak nyerah, padahal kasusnya dulu booming banget dan dia harus berjuang bertahun-tahun di pengadilan. Banyak artis yang mungkin memilih menyerah, tapi dia tetap bertahan karena dia tahu dirinya nggak bersalah. Selain itu, dia juga mikirin orang-orang di sekitarnya,

timnya, dan para penggemarnya" (CP, wawancara, April 2025)

Pernyataan ini mengungkapkan sesuatu yang sangat signifikan: identitas penggemar tidak hanya dibangun di atas apresiasi terhadap karya artis, tetapi juga pada penghormatan terhadap nilai-nilai yang direpresentasikan artis dalam menghadapi adversitas. Kim Hyun-Joong menjadi simbol ketangguhan dan integritas bagi penggemar, dan kekaguman terhadap nilai-nilai ini menjadi sumber resiliensi internal yang jauh lebih tahan lama dibandingkan sekadar apresiasi estetik terhadap karya.

Fenomena ini berkaitan erat dengan konsep parasocial relationship yang dikembangkan oleh Horton dan Wohl (1956) dan telah banyak diaplikasikan dalam konteks fandom modern. Hubungan parasosial yakni hubungan sepihak antara penggemar dan figur publik yang terasa nyata dan bermakna bagi penggemar menjadi fondasi bagi pembentukan identitas kolektif yang kuat dalam komunitas fandom. Ketika hubungan parasosial ini terancam oleh kontroversi, penggemar yang memiliki hubungan parasosial yang mendalam cenderung merespons dengan cara yang mirip dengan bagaimana seseorang mempertahankan hubungan interpersonal yang bermakna dalam kehidupan nyata.

Claeys dan Opgenhaffen (2016) dalam penelitian tentang komunikasi krisis dan strategi pemulihan citra menemukan bahwa kepercayaan awal (prior reputation) secara signifikan mempengaruhi bagaimana publik merespons krisis. Dalam konteks ini, penggemar yang telah membangun hubungan parasosial yang kuat dengan Kim Hyun-Joong membawa modal kepercayaan internal yang jauh lebih besar, yang memungkinkan mereka untuk mempertahankan dukungan meskipun informasi negatif terus beredar.

Dimensi I Can: Kemampuan, Kreativitas, dan Adaptabilitas

Dimensi *I Can* merepresentasikan aspek paling operasional dari resiliensi kemampuan konkret yang dimiliki penggemar untuk bertahan, beradaptasi, dan berkontribusi secara aktif dalam menghadapi krisis. Temuan

penelitian menunjukkan bahwa penggemar Kim Hyun-Joong di Indonesia mendemonstrasikan berbagai kemampuan yang mengesankan dalam konteks ini.

Kemampuan pertama yang menonjol adalah literasi digital dan kreativitas konten. Para admin *fanbase* mampu memproduksi berbagai bentuk konten digital video, infografik, Twitter, konten Instagram yang dirancang tidak hanya untuk mengekspresikan dukungan tetapi juga untuk membentuk opini dan mengoreksi misinformasi. Kemampuan ini tidak diperoleh secara formal tetapi dikembangkan melalui praktik dan pembelajaran kolektif dalam komunitas.

Kemampuan kedua adalah manajemen emosi dalam menghadapi tekanan sosial. Putri, admin *fanbase* @heneciaindonesia06, menunjukkan kemampuan ini dengan sangat jelas kemampuan untuk tetap tenang dan tidak terpengaruh secara emosional ketika menghadapi komentar negatif yang intens. Kemampuan manajemen emosi ini sangat kritis karena respons emosional yang tidak terkontrol dapat merusak kredibilitas komunitas dan bahkan memperburuk situasi komunikasi krisis.

Kemampuan ketiga adalah adaptabilitas platform. Ketika menghadapi pembatasan di satu platform (seperti yang dialami CP di TikTok), penggemar secara fleksibel beralih ke platform alternatif tanpa kehilangan momentum atau mengorbankan konsistensi pesan. Kemampuan adaptabilitas ini mencerminkan pemahaman yang mendalam tentang ekosistem media sosial dan kemampuan untuk mengoptimalkan setiap platform sesuai dengan kekuatan dan karakteristiknya masing-masing.

Kemampuan keempat adalah persuasi digital, kemampuan untuk berkomunikasi secara persuasif dengan audiens yang memiliki latar belakang dan perspektif yang beragam. Para anggota *fanbase* menunjukkan kemampuan untuk menyesuaikan gaya komunikasi mereka: menggunakan pendekatan berbasis fakta dan argumen yuridis ketika berinteraksi dengan pihak yang skeptis, sementara menggunakan pendekatan yang

lebih emosional dan personal ketika berkomunikasi dengan sesama penggemar.

Simpulan

Penelitian ini berhasil mengungkap bagaimana *fanbase* Kim Hyun-Joong di Indonesia berfungsi sebagai sistem komunikasi krisis terintegrasi yang mandiri dan berkelanjutan dalam menghadapi *Cancel culture*. Melalui lima fungsi strategis yang saling terhubung, kurasi informasi, koordinasi aksi, pembentukan opini, jembatan komunikasi, dan arsip digital, komunitas penggemar ini telah menjalankan peran yang jauh melampaui ekspresi emosional biasa, menjadi agen aktif dalam proses pemulihan citra artis yang mereka dukung. Secara teoritis, penelitian ini memperluas konsep agen komunikasi krisis berbasis komunitas dan membuktikan relevansi kerangka resiliensi Grotberg pada level kolektif fandom. Secara metodologis, penelitian ini mendemonstrasikan produktivitas pendekatan studi kasus dalam menganalisis fenomena komunikasi digital yang kompleks. Secara praktis, temuan ini memberikan panduan bagi manajemen artis, hubungan masyarakat, dan komunitas penggemar tentang bagaimana membangun dan memanfaatkan kapasitas komunikasi krisis berbasis komunitas. Penelitian mendatang disarankan untuk melakukan studi komparatif antara berbagai komunitas fandom yang menghadapi krisis dengan karakter dan intensitas yang berbeda, untuk mengidentifikasi kondisi-kondisi yang paling kondusif bagi munculnya komunikasi krisis berbasis komunitas yang efektif.

Referensi

Benoit, W. L. (2018). *Image repair theory and practice*. Routledge.

Bouvier, G., & Machin, D. (2021). What does critical discourse analysis have to say about *cancel culture* and the deplatforming of *figur publik*? *Journal of Language and Politics*, 20(2), 237–256.

- Brown, K., & Billings, A. C. (2020). Fandom, forgiveness and future support: YouTube apologies as crisis communication. *Journal of Communication Management*, 24(4), 359–375.
- Bruns, A. (2018). *Gatewatching and news curation: Journalism, social media, and the public sphere*. Peter Lang.
- Claeys, A. S., & Opgenhaffen, M. (2016). Why practitioners do (not) apply crisis communication theory in practice. *Journal of Public Relations Research*, 28(5–6), 232–247.
- Clark, M. D. (2020). CANCEL! Going beyond the hashtag of online canceling. *Journal of Communication Inquiry*, 44(2), 111–130.
- Coombs, W. T. (2019). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (5th ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Grotberg, E. H. (1995). *A guide to promoting resilience in children: Strengthening the human spirit*. Bernard van Leer Foundation.
- Grotberg, E. H. (2017). *Resilience for today: Gaining strength from adversity*. Praeger.
- Hall, J. A. (2018). Interpersonal communication and emotional support in online communities. *Communication Research*, 45(1), 84–105.
- Hertinjung, W. S., Purwandari, E., & Pratisti, W. D. (2022). Resiliensi siswa sekolah dasar dan implikasinya pada layanan bimbingan konseling. *Jurnal Konseling Indonesia*, 7(1), 14–22.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.

- Kim, Y. (2020). *Korean Wave* and global fandom communication: Transnational digital activism in the age of social media. *International Journal of Cultural Studies*, 23(5), 732–749.
- Kinanthi, M. R., Primana, L., Fourianalistyawati, E., & Kusumawardhani, A. A. A. (2020). The role of community resilience in improving students' resilience. *Jurnal Psikologi*, 47(1), 1–14.
- Lee, S., & Chung, S. (2017). Celebrity scandal and public response in Korean entertainment industries. *Asian Journal of Communication*, 27(4), 410–428.
- Meng, J., & Pan, P. L. (2016). Revisiting image-restoration strategies: An integrated case study of three athlete sex scandals in Twitter. *International Journal of Sport Communication*, 9(1), 89–109.
- Ng, Eve. (2020). No grand pronouncements here...: reflections on cancel culture and digital media participation. *Television & New Media*, 21(6), 621-627.