



**RESEPSI KHALAYAK TERHADAP FENOMENA ‘CANCEL  
CULTURE’ DALAM KONTROVERSI ABIDZAR AL-GHIFARI  
PADA FILM REMAKE BUSINESS PROPOSAL**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**NUR HIDAYAH  
44222010269**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**



**RESEPSI KHALAYAK TERHADAP FENOMENA ‘CANCEL  
CULTURE’ DALAM KONTROVERSI ABIDZAR AL-GHIFARI  
PADA FILM REMAKE BUSINESS PROPOSAL**

**TUGAS AKHIR  
SKRIPSI**

**Tugas Akhir Ini Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Srata  
Satu Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
**NUR HIDAYAH**  
**44222010269**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2026**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Hidayah  
NIM : 44222010269  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:  
“Resepsi Khalayak terhadap Fenomena ‘Cancel Culture’ dalam Kontroversi  
Abidzar Al-Ghifari pada Film Remake Business Proposal”  
adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran  
hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau  
hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya  
bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas  
Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi  
akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan  
sebagaimana mestinya.

Jakarta, 12 Februari 2026

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Nur Hidayah



### PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

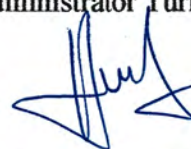
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Nur Hidayah  
NIM : 44222010269  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Resepsi Khalayak Terhadap Fenomena ‘Cancel Culture Dalam Kontroversi Abidzar Al-Ghifari Pada Film Remake Business Proposal”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 13 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 10%

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 13 Desember 2026  
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

#### KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650  
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting). Fax. 021-584 0813  
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: [umb@mercubuana.ac.id](mailto:umb@mercubuana.ac.id)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nur Hidayah  
NIM : 44222010269  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations  
Judul Tugas Akhir : Resepsi Khalayak terhadap Fenomena 'Cancel Culture' dalam Kontroversi Abidzar Al-Ghifari pada Film Remake Business Proposal

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 2 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

(Novi Erlita, S.Sos, MA)

NIDN/NUPTK: 0309118502

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 13 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si.)

NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301



## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, puji serta syukur alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya sehingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Resepsi Khalayak terhadap Fenomena Cancel Culture dalam Kontroversi Abidzar Al-Ghifari pada Film Remake *Business Proposal*” ini dengan baik. Adapun tugas akhir ini disusun guna memenuhi persyaratan Tugas Akhir Skripsi.

Peneliti menyadari banyak pihak yang memberi dukungan dan bantuan selama menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti dengan penuh hormat mengucapkan terimakasih kepada:

1. Novi Erlita, S.Sos, MA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, waktu, serta pengetahuan, dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat yang diberikan kepada peneliti.
2. Prof. Ahmad Mulyana, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M. Si selaku Ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Yulia Hidayati, Dra. M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang selalu memperhatikan perkembangan saya selama menjadi mahasiswa Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Meruya.
6. Orang tua tercinta Ayah Muhammad Yunus dan Uma Aswidah, dua orang yang sangat berharga dalam hidup saya, dua orang yang selalu mengusahakan anak perempuannya ini untuk menempuh pendidikan setinggi-tingginya dan senantiasa memancarkan doa dan memberikan dukungan penuh kepada peneliti baik secara moril maupun materil. Terima kasih untuk keikhlasannya atas segala hal yang tak terhitung jumlahnya.

7. Kedelapan informan yang telah bersedia memberikan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman Mahira Rafifa Azizah, Nala Raihansyah, dan Selly Elitna Putri dan rekan-rekan mahasiswa utamanya dari program studi Public Relations 2022 Universitas Mercu Buana selaku teman seperjuangan yang selalu ada, saling menyemangati, dan bertukar pikiran dalam menyusun tugas akhir ini.
9. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih banyak, skripsi ini telah disusun dari waktu ke waktu, namun Peneliti menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, Peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan.

Jakarta, Januari 2026

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Nur Hidayah (44222010269)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Hidayah  
NIM : 44222010269  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations  
Judul Tugas Akhir : Resepsi Khalayak terhadap Fenomena 'Cancel Culture' dalam Kontroversi Abidzar Al-Ghifari pada Film Remake Business Proposal

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Nur Hidayah)



## ABSTRAK

Nama : Nur Hidayah

NIM 44222010269

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak terhadap Fenomena ‘Cancel Culture’ dalam Kontroversi Abidzar Al-Ghifari pada Film Remake *Business Proposal*

Pembimbing : Novi Erlita, S.Sos, MA

Fenomena *cancel culture* saat ini menjadi bentuk sanksi sosial yang berdampak pada penerimaan sebuah karya film maupun citra seorang *public figure*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh munculnya gerakan pembatalan publik di media sosial yang dipicu oleh kontroversi pernyataan aktor utama film *remake Business Proposal* Abidzar Al-Ghifari yang dianggap tidak menghargai nilai karya asli film tersebut saat melakukan promosi film *remake Business Proposal*. Faktor-faktor yang menjadi penyebab pembatalan tersebut menjadi aspek yang mempengaruhi buruknya penerimaan film di mata publik sebagai dampak nyata dari tindakan *cancel culture* dari publik.

Penelitian ini merujuk pada enam penelitian terdahulu yang relevan sebagai landasan dalam memahami fenomena yang dikaji. Penelitian ini menerapkan analisis resepsi model *encoding-decoding* dari Stuart Hall untuk menganalisis bagaimana khalayak memaknai kontroversi aktor Abidzar serta dampaknya terhadap penerimaan film *remake Business Proposal*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi khalayak terhadap fenomena ‘*cancel culture*’ pada film *remake Business Proposal*, menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif pendekatan analisis resepsi Stuart Hall dengan paradigma konstruktivis, dan dilakukan melalui teknik wawancara mendalam terhadap lima orang informan yang merupakan penggemar drama Korea yang juga mengetahui perkembangan fenomena *cancel culture* pada film *remake Business Proposal*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun informan memiliki posisi resepsi yang beragam terhadap kontroversi aktor utama, mayoritas audiens berada pada posisi dominan hegemonik. Audiens memaknai *cancel culture* sebagai konsekuensi logis atas perilaku aktor yang berdampak pada menurunnya minat menonton film *remake Business Proposal*.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *cancel culture* berfungsi sebagai bentuk sanksi sosial di ruang digital yang memberikan dampak nyata terhadap penerimaan film *remake Business Proposal*. Penelitian ini menegaskan pentingnya etika komunikasi publik dan pengelolaan reputasi aktor serta rumah produksi, khususnya dalam produksi film adaptasi yang memiliki ekspektasi tinggi dari khalayak.

**Kata Kunci:** *Cancel culture*, Film *Remake*, Analisis Resepsi, Teori *Decoding* Stuart Hall, A *Business Proposal*

## ABSTRACT

Nama : Nur Hidayah  
NIM : 44222010269  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Fenomena ‘Cancel culture’ Pada Film  
*Remake Business Proposal*  
Pembimbing : Novi Erlita, S.Sos, MA

*The phenomenon of cancel culture has increasingly functioned as a form of social sanction that affects both the public reception of a film and the image of public figures involved. This study is motivated by the emergence of public backlash on social media triggered by controversial statements made by the lead actor of the film remake Business Proposal, Abidzar Al-Ghifari. His statements during the film’s promotional activities were perceived by the public as showing a lack of respect toward the values of the original work. These reactions became contributing factors to the negative public reception of the film as a tangible impact of cancel culture.*

*This research draws upon six relevant previous studies as a theoretical foundation for understanding the phenomenon under investigation. The study employs Stuart Hall’s encoding–decoding reception analysis to examine how audiences interpret the controversy surrounding the actor and its impact on the reception of the film remake Business Proposal.*

*The purpose of this study is to explore audience reception of cancel culture in the context of the film remake Business Proposal. This research adopts a descriptive qualitative method with a reception analysis approach based on Stuart Hall’s framework and a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews with five informants who are fans of Korean dramas and are familiar with the development of the cancel culture phenomenon surrounding the film.*

*The findings show that although informants held different reception positions toward the controversy surrounding the lead actor, most audiences were positioned within a dominant-hegemonic reading. Cancel culture was understood as a logical consequence of the actor’s behavior, which contributed to a decline in audience interest in the film remake Business Proposal.*

*The conclusion of this study indicates that cancel culture operates as a form of social sanction in the digital space that has a direct impact on the reception of the film remake Business Proposal. These findings highlight the importance of maintaining ethical public communication and managing reputation, particularly for actors and production houses involved in film adaptations with high audience expectations.*

**Keywords:** Cancel culture, Film remake, Reception analysis, Stuart Hall, A Business Proposal

## DAFTAR ISI

|                                                                               |      |
|-------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL.....                                                           | 0    |
| HALAMAN JUDUL .....                                                           | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....                                        | ii   |
| PERNYATAAN SIMILARITY CHECK .....                                             | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                       | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                                           | v    |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR<br>DIREPOSITORI UMB..... | vii  |
| ABSTRAK .....                                                                 | viii |
| ABSTRACT .....                                                                | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                                               | x    |
| DAFTAR TABEL .....                                                            | xiii |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                            | xiv  |
| BAB I.....                                                                    | 1    |
| PENDAHULUAN.....                                                              | 1    |
| 1.1    Latar Belakang Penelitian .....                                        | 1    |
| 1.2    Fokus Penelitian .....                                                 | 17   |
| 1.3    Tujuan Penelitian .....                                                | 17   |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....                                               | 17   |
| 1.4.1    Manfaat Akademis .....                                               | 17   |
| 1.4.2    Manfaat Praktis .....                                                | 18   |
| BAB II .....                                                                  | 19   |
| TINJAUAN PUSTAKA.....                                                         | 19   |
| 2.1    Penelitian Terdahulu .....                                             | 19   |
| 2.2    Kajian Teoretis .....                                                  | 30   |
| 2.2.1    Komunikasi .....                                                     | 30   |
| 2.2.1.1    Tipe Komunikasi.....                                               | 34   |
| 2.2.2    Komunikasi Massa .....                                               | 35   |
| 2.2.3    Film .....                                                           | 38   |
| 2.2.3.1    Definisi Film .....                                                | 38   |

|                                        |                                                                                     |           |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.3.2                                | Film sebagai Media Komunikasi Massa .....                                           | 39        |
| 2.2.3.3                                | Sejarah Film .....                                                                  | 40        |
| 2.2.3.4                                | Klasifikasi Film.....                                                               | 41        |
| 2.2.3.5                                | Film Remake .....                                                                   | 44        |
| 2.2.4                                  | Cancel Culture.....                                                                 | 47        |
| 2.2.5                                  | Public Figure .....                                                                 | 52        |
| 2.2.6                                  | <i>New Media</i> (Media Baru).....                                                  | 53        |
| 2.2.7                                  | Media Sosial.....                                                                   | 56        |
| 2.2.7.1                                | Karakteristik Media Sosial.....                                                     | 58        |
| 2.2.8                                  | Audience Reception Theory.....                                                      | 59        |
| 2.2.8.1                                | <i>Cultural Studies Theory</i> (Stuart Hall & Raymond Williams)....                 | 62        |
| <b>BAB III</b>                         | .....                                                                               | <b>66</b> |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN</b>           | .....                                                                               | <b>66</b> |
| 3.1                                    | Paradigma Penelitian.....                                                           | 66        |
| 3.2                                    | Metode Penelitian.....                                                              | 67        |
| 3.3                                    | Subjek Penelitian.....                                                              | 68        |
| 3.4                                    | Teknik Pengumpulan Data.....                                                        | 69        |
| 3.4.1                                  | Data Primer .....                                                                   | 69        |
| 3.4.2                                  | Data Sekunder .....                                                                 | 72        |
| 3.5                                    | Teknik Analisis Data.....                                                           | 72        |
| 3.6                                    | Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....                                              | 73        |
| <b>BAB IV</b>                          | .....                                                                               | <b>75</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> | .....                                                                               | <b>75</b> |
| 4.1                                    | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                                | 75        |
| 4.1.1                                  | Cancel Culture.....                                                                 | 75        |
| 4.1.1                                  | Film Remake Business Proposal.....                                                  | 76        |
| 4.1.3                                  | Profil Informan.....                                                                | 84        |
| 4.2                                    | Hasil Penelitian .....                                                              | 91        |
| 4.2.1                                  | Pemahaman dan Interpretasi Publik Terhadap Konsep Dasar <i>Cancel culture</i> ..... | 92        |
| 4.2.2                                  | Resepsi Publik Terhadap Kontroversi Aktor Utama (Pernyataan                         |           |

|                                                                                                                                                         |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Abidzar) .....                                                                                                                                          | 102        |
| 4.2.3 Resepsi Publik Terhadap Hashtag #Cancelabidzar dan #Boikotbusinessproposalindonesia .....                                                         | 111        |
| 4.2.4 Resepsi Publik atas peran platform X dalam pembesaran isu.....                                                                                    | 119        |
| 4.2.5 Resepsi publik terhadap <i>cancel culture</i> film <i>remake</i> a Bussiness proposal.....                                                        | 125        |
| 4.2.6 Resepsi Publik Terhadap Dampak <i>Cancel culture</i> dan Penurunan Minat Menonton pada Film <i>Remake Business Proposal</i> .....                 | 135        |
| 4.2.7 Resepsi Publik Terhadap Batas Kritik dan Serangan dalam Kontroversi <i>Cancel culture</i> Abidzar pada Film <i>Remake Business Proposal</i> ..... | 145        |
| 4.2.8 Resepsi Publik terhadap Klarifikasi Abidzar dalam Upaya Pemulihan Citra Aktor dan Film <i>Remake Business Proposal</i> .....                      | 154        |
| 4.3 Pembahasan.....                                                                                                                                     | 166        |
| 4.3.1 Encoding .....                                                                                                                                    | 166        |
| 4.3.2 Decoding .....                                                                                                                                    | 169        |
| 4.3.1.1 Posisi dominan-hegemonik.....                                                                                                                   | 170        |
| 4.3.1.2 Posisi Negosiasi .....                                                                                                                          | 170        |
| 4.3.1.3 Posisi Oposisi.....                                                                                                                             | 171        |
| <b>BAB V.....</b>                                                                                                                                       | <b>175</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                                                                       | <b>175</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                                                    | 175        |
| 5.2 Saran.....                                                                                                                                          | 177        |
| 5.2.1 Saran Akademis .....                                                                                                                              | 178        |
| 5.2.2 Saran Praktis .....                                                                                                                               | 178        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                                              | <b>180</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                                                                    | <b>183</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                                                                                          | 25  |
| Tabel 4.1 Pemahaman dan Interpretasi Publik Terhadap Konsep Dasar Cancel Culture.....                                                         | 100 |
| Tabel 4.2 Resepsi Publik Terhadap Kontroversi Aktor Utama (Pernyataan Abidzar) .....                                                          | 109 |
| Tabel 4.3 Resepsi Publik Terhadap Hashtag #CancelAbidzar dan #Boikotbusinessproposallindonesia .....                                          | 117 |
| Tabel 4.4 Resepsi Publik Terhadap Peran Platform X Dalam Memperbesar Isu Cancel Culture Abidzar.....                                          | 123 |
| Tabel 4.5 Resepsi Publik Terhadap Cancel Culture Film Remake A Bussiness Proposal.....                                                        | 133 |
| Tabel 4.6 Resepsi Publik Terhadap Dampak Cancel Culture dan Penurunan Minat Menonton Pada Film Remake Business Proposal.....                  | 142 |
| Tabel 4.7 Resepsi Publik Terhadap Batas Kritik dan Serangan dalam Kontroversi Cancel Culture Abidzar pada Film Remake Business Proposal ..... | 152 |
| Tabel 4.8 Resepsi Publik terhadap Klarifikasi Abidzar dalam Upaya Pemulihan Citra Aktor dan Film Remake Business Proposal.....                | 160 |
| Tabel 4.9 Resepsi dan Posisi Informan pada Fenomena Cancel culture Film Remake Business Proposal .....                                        | 164 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Dampak Cancel culture .....                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 2  |
| Gambar 1.2 Contoh Kasus pada Public Figure .....                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4  |
| Gambar 1.3 Penerapan Cancel culture pada Public Figure.....                                                                                                                                                                                                                                                            | 5  |
| Gambar 1.4 Comment Section Postingan #CancelAbidzar .....                                                                                                                                                                                                                                                              | 8  |
| Gambar 1.5 Comment Section Postingan #CancelAbidzar .....                                                                                                                                                                                                                                                              | 9  |
| Gambar 1.6 Permohonan Maaf [Instagram post].....                                                                                                                                                                                                                                                                       | 9  |
| Gambar 1.7 Kritik pada Comment Section Postingan Permohonan Maaf Abidzar mengaku merasa terbebani dengan ekspektasi publik mengenai karakter Tae Moo yang diperankannya, ia dianggap blunder setelah kontroversinya tersebut. Akibatnya, film tersebut tidak mendapat respon yang baik dari masyarakat Indonesia ..... | 10 |
| Gambar 1.8 Perbandingan Publikasi Keberhasilan vs Dampak Kontroversi Film Adaptasi Korea.....                                                                                                                                                                                                                          | 12 |
| Gambar 1.9 Perspektif Pakar: Korelasi Antara Etika Figur Publik dengan Resepsi Khalayak .....                                                                                                                                                                                                                          | 13 |
| Gambar 2.1 Komunikasi Harold Laswell.....                                                                                                                                                                                                                                                                              | 31 |
| Gambar 2.2 Diagram Stuart Hall Analisis Resepsi .....                                                                                                                                                                                                                                                                  | 62 |
| Gambar 4.1 Poster Film Business Proposal .....                                                                                                                                                                                                                                                                         | 76 |
| Gambar 4.2 Gala Dinner Press Conference Pemeran film remake A Business Proposal.....                                                                                                                                                                                                                                   | 78 |
| Gambar 4.3 Pernyataan Abidzar Al-Ghifari mengenai "Fans Fanatik" di Podcast YouTube Pabrik Jaya Media.....                                                                                                                                                                                                             | 79 |
| Gambar 4.4 Pernyataan Aktor ‘ga usah ditonton’ dalam Wawancara Podcast FOLKATIVE .....                                                                                                                                                                                                                                 | 80 |
| Gambar 4.5 Rating film A Business Proposal berdasarkan Internet Movie Database .....                                                                                                                                                                                                                                   | 82 |