Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi
Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Terpaan Isu Cancel Culture dan Pelemahan Loyalitas Penggemar NCT terhadap Taeil

DOI: https://doi.org/10.32509/dinamika.v12i2.7119

Adisti Ayu Rahmawati*, Muhammad Ramdhani, Luluatu Nayiroh

Universitas Singaperbangsa Karawang
Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Kec. Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Indonesia
*Email Korespondensi: 2210631190054@student.unsika.ac.id

Abstract - *Cancel culture* places celebrity support under scrutiny when audiences encounter information about alleged wrongdoing. This study examines the relationship between exposure to *cancel culture* issues on X and indicators of weakened loyalty toward Moon Taeil among NCT fans. *Uses and effects* theory provides the analytical framework, while parasocial attachment informs the literature review rather than serving as a measured variable. An explanatory quantitative survey collected 99 responses through *purposive sampling*. Participants were at least 17 years old, identified as NCT fans or community members, followed or had previously followed Taeil's Instagram account, and knew about the relevant *cancel culture* issue. After eight responses were excluded through *boxplot* screening, 91 responses were analyzed using simple linear regression in SPSS version 31. The regression coefficient was positive and significant ($B = 0.240$; $t = 2.654$; $p = 0.009$), with $R^2 = 0.073$. Because the outcome items express withdrawal of support, higher scores indicate weakened loyalty rather than stronger support. The findings contribute to communication research by linking issue-specific exposure with reported disengagement from an individual idol. Non-probability sampling, self-reported measures, and the absence of repeated observations limit causal inference and generalization.
Keywords: *Cancel Culture*; Media Exposure; Fan Loyalty; NCTZEN; X

Abstrak - *Cancel culture* menempatkan dukungan terhadap selebritas dalam proses evaluasi ketika audiens menerima informasi mengenai pelanggaran yang dikaitkan dengan figur tersebut. Penelitian ini menguji hubungan terpaan isu *cancel culture* di X dengan indikasi pelemahan loyalitas terhadap Moon Taeil pada penggemar NCT. Teori *uses and effects* menjadi kerangka analisis, sedangkan keterikatan parasosial digunakan dalam kajian literatur dan tidak diukur sebagai variabel. Penelitian menggunakan survei kuantitatif eksplanatori dengan *purposive sampling*. Sebanyak 99 responden berusia minimal 17 tahun, merupakan penggemar NCT atau anggota komunitas, mengikuti atau pernah mengikuti Instagram Taeil, serta mengetahui isu *cancel culture* terkait Taeil. Setelah delapan respons dikeluarkan berdasarkan pemeriksaan *boxplot*, 91 respons dianalisis melalui regresi linear sederhana menggunakan SPSS versi 31. Koefisien regresi positif dan signifikan ($B = 0{,}240$; $t = 2{,}654$; $p = 0{,}009$), dengan $R^2 = 0{,}073$. Karena butir variabel terikat menyatakan penarikan dukungan, skor yang lebih tinggi menunjukkan pelemahan loyalitas, bukan penguatan dukungan. Penelitian memberikan kontribusi pada kajian komunikasi melalui pengujian terpaan isu spesifik dan respons pelepasan dukungan kepada idola individual. Pemilihan sampel nonprobabilitas, pengukuran berdasarkan laporan diri, dan ketiadaan pengamatan berulang membatasi penarikan kesimpulan kausal serta generalisasi.
Kata kunci: *Cancel Culture*; Terpaan Media; Loyalitas Penggemar; NCTZEN; X

Submitted: 05-10-2026, **Accepted**: 10-26-2026, **Published**: 11-17-2026
CC BY-NC-SA 4.0. Copyright © [2026] The Author(s).

Pendahuluan

Media sosial menyediakan ruang bagi penggemar untuk mengikuti karya idola sekaligus menilai perilaku figur yang mereka dukung. Informasi tentang kontroversi dapat muncul (Nasrullah, 2017) bersama unggahan komunitas, komentar pengguna, dan seruan penghentian dukungan. Dalam situasi tersebut, komunikasi tidak berhenti pada penyampaian berita, tetapi melibatkan penafsiran pesan dan penyesuaian sikap terhadap figur publik. menempatkan media sosial sebagai ruang komunikasi yang berkaitan dengan budaya dan praktik sosial pengguna. Karena itu, respons penggemar terhadap isu negatif perlu dipahami melalui hubungan antara informasi yang diterima dan keterikatan yang telah terbentuk.

Cancel culture merujuk pada praktik penarikan dukungan publik terhadap individu yang dipandang melanggar norma sosial atau moral (Altamira & Movementi, 2023). (Velasco, 2020) membahasnya sebagai praktik kolektif dalam ruang digital. Bagi penelitian komunikasi, persoalan yang perlu ditelaah adalah bagaimana isu dan seruan penarikan dukungan beredar, diterima, serta berkaitan dengan respons audiens. Terpaan isu dibedakan dari partisipasi dalam cancel culture: membaca informasi atau menyimak perdebatan tidak selalu disertai persetujuan terhadap sanksi maupun keputusan menghentikan dukungan.

Isu *cancel culture* terkait Moon Taeil, mantan anggota NCT, menjadi konteks penelitian ini. Komunitas NCTZEN di X mempertemukan penggemar yang mengikuti perkembangan grup dan anggotanya, termasuk pembahasan tentang Taeil. Konteks tersebut memungkinkan pengukuran terpaan informasi yang secara spesifik berkaitan dengan kontroversi figur dan seruan penarikan dukungan. Penelitian membatasi perhatian pada respons penggemar terhadap komunikasi mengenai isu tersebut, bukan pada penilaian hukum terhadap kasus yang melatarbelakanginya. Intensitas mengikuti isu juga tidak diperlakukan sebagai bukti bahwa penggemar menyetujui seluruh pesan yang beredar.

Hubungan antara informasi negatif dan dukungan penggemar tidak dapat diasumsikan seragam.(Karg et al., 2022), melalui analisis komentar pengikut Logan Paul sebelum dan sesudah skandal, menemukan bahwa komitmen yang telah dinyatakan sebelumnya berkaitan dengan dukungan setelah skandal. Sebaliknya, (Jones et al., 2022) memperlihatkan pengalaman putusnya hubungan penggemar dengan selebritas setelah muncul dugaan pelanggaran, termasuk respons emosional dan praktik sosial untuk menyatakan perpisahan. Kedua studi menunjukkan bahwa keterikatan sebelumnya dapat menyertai keberlangsungan dukungan maupun pelepasannya. Namun, studi tersebut tidak secara langsung menguji skor frekuensi, durasi, dan perhatian terhadap isu *cancel culture* di X pada komunitas NCTZEN.

Dalam konteks Indonesia, (Zahra & Hanafitri, 2026) meneliti hubungan parasosial penggemar K-pop dengan idola yang pernah menjadi target *cancel culture*. Studi deskriptif itu menunjukkan adanya keterikatan satu arah pada penggemar, tetapi tidak menguji hubungan intensitas terpaan isu dengan skor pelemahan loyalitas. Penelitian tersebut membantu menempatkan fandom sebagai konteks relasional, bukan sekadar kelompok pengguna media sosial. Dengan demikian, pembahasan terpaan perlu dihubungkan dengan kajian keterikatan selebritas dan loyalitas agar hubungan antarvariabel memiliki dasar yang lebih spesifik daripada kajian penggunaan media secara (Oliver, 1999) umum.

Loyalitas dalam penelitian ini merujuk pada sikap dan dukungan kepada Taeil sebagai individu. Dimensi kognitif, afektif, konatif, dan tindakan mengikuti kerangka loyalitas, yang semula dikembangkan dalam konteks konsumen. Adaptasinya kepada penggemar memerlukan batas yang jelas karena konsumsi produk berbeda dari keterikatan kepada figur media. (Hudson et al., 2016) memberi konteks tambahan tentang interaksi media sosial dan relasi konsumen dengan merek, tetapi tidak digunakan sebagai bukti langsung hubungan *cancel culture* dengan loyalitas fandom. Pada instrumen penelitian ini, seluruh butir loyalitas berorientasi pada

pelemahan atau penarikan dukungan. Karena itu, kenaikan skor Y dibaca sebagai semakin kuatnya indikasi pelemahan loyalitas.

Celah penelitian terletak pada hubungan antara terpaan isu yang spesifik dan respons loyalitas terhadap idola individual dalam komunitas fandom. Kajian terdahulu menjelaskan komitmen setelah skandal, pengalaman putusnya keterikatan, serta hubungan parasosial penggemar K-pop. Penelitian ini melengkapinya dengan menguji hubungan skor frekuensi, durasi, dan perhatian terhadap isu cancel culture di X dengan gabungan indikator pelemahan loyalitas. Kontribusinya terletak pada pembedaan antara intensitas menerima isu dan respons penarikan dukungan dalam satu model empiris. Kontribusi tersebut bersifat kontekstual dan tidak dimaksudkan sebagai klaim bahwa hubungan serupa belum pernah diteliti dalam seluruh literatur komunikasi.

Teori *uses and effects* digunakan untuk menjelaskan hubungan penggunaan media dengan respons audiens. Pengguna dipandang aktif memilih dan menggunakan media sesuai kebutuhan, sementara penggunaan tersebut dapat berkaitan dengan konsekuensi pada pengetahuan, sikap, dan perilaku (Sendjaja et al., 2023). Dalam konteks penelitian ini, penggemar dapat mencari perkembangan kasus, membaca alasan penghentian dukungan, atau menyimak pandangan anggota komunitas. Intensitas aktivitas tersebut menjadi dasar pengukuran terpaan isu. Namun, motif penggunaan media tidak diukur secara tersendiri sehingga penelitian tidak menguji keseluruhan mekanisme yang dijelaskan teori.

Hubungan konseptual yang diajukan mengaitkan terpaan isu dengan evaluasi terhadap figur dan respons loyalitas. Informasi yang diterima dapat menjadi bahan pertimbangan untuk menilai reputasi, menata kembali perasaan, membentuk niat, dan menyatakan dukungan atau pelepasannya. (Rasya et al., 2024) meneliti terpaan hashtag #OOTD dan perilaku pembelian impulsif. Dalam Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi, (Auroro et al., 2025) menguji hubungan terpaan promosi Instagram dengan minat menghadiri acara X Beauty. Kedua studi memberi konteks metodologis tentang pengujian hubungan terpaan dan respons audiens, tetapi tidak menjadi bukti langsung tentang cancel culture atau loyalitas fandom. Pada penelitian ini, kajian keterikatan selebritas digunakan untuk menjelaskan konteks relasional yang membedakan respons penggemar dari respons konsumen terhadap promosi.

Keterikatan parasosial diposisikan sebagai konteks teoritis untuk memahami kedekatan penggemar dengan figur media. Konsep tersebut berbeda dari loyalitas karena perasaan dekat tidak selalu disertai niat atau tindakan mempertahankan dukungan. Pada model penelitian, keterikatan parasosial, penilaian moral, dan pemrosesan informasi tidak dimasukkan sebagai mediator atau moderator. Selektivitas informasi juga menjadi kemungkinan penjelasan karena pengguna dapat memilih pesan yang sejalan dengan sikap sebelumnya, sebagaimana dibahas (Knobloch-Westerwick, 2012) dalam konteks komunikasi politik. Pemindahan penjelasan tersebut ke fandom memerlukan pengujian tersendiri dan tidak dianggap telah dibuktikan oleh regresi sederhana.

Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian bertujuan menguji hubungan antara terpaan isu *cancel culture* di X dan indikasi pelemahan loyalitas terhadap Taeil pada penggemar NCT. Pertanyaan penelitiannya ialah apakah skor terpaan isu berkaitan secara signifikan dengan skor respons pelemahan loyalitas pada sampel yang dianalisis. Fokus ini menempatkan komunikasi mengenai isu negatif sebagai pengalaman audiens yang dapat diukur, sekaligus membedakannya dari keterikatan kepada NCT sebagai grup. Pengujian tidak dimaksudkan untuk menetapkan hubungan sebab akibat atau menilai perubahan loyalitas individu melalui perbandingan sebelum dan sesudah kasus.

Variabel bebas (X) adalah terpaan isu *cancel culture*, sedangkan variabel terikat (Y) adalah respons loyalitas yang dioperasionalkan sebagai indikasi pelemahan dukungan.

Hipotesis nol (H0) menyatakan bahwa koefisien regresi X terhadap Y sama dengan nol. Hipotesis alternatif (Ha) menyatakan bahwa koefisien tersebut tidak sama dengan nol. Pengujian menggunakan taraf signifikansi 0,05 dan hipotesis dua arah. Rumusan ini mempertahankan ruang bagi hubungan dengan arah yang berbeda, tanpa mengasumsikan bahwa informasi negatif menghasilkan respons yang sama pada seluruh penggemar.

Metodologi Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif memungkinkan pengukuran variabel dan pengujian hubungan melalui analisis statistik (Sugiyono, 2021). Unit analisis ialah individu penggemar NCT yang memenuhi kriteria penelitian. Populasi yang digunakan dalam penentuan target sampel adalah 9.751 anggota Komunitas NCTZEN di X. Target 99 responden mengikuti perhitungan Slovin dalam rancangan penelitian. Pemilihan responden menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, sehingga target tersebut tidak dapat dianggap sebagai jaminan keterwakilan populasi atau margin kesalahan berdasarkan pemilihan acak.

Kriteria responden mencakup usia minimal 17 tahun, merupakan anggota komunitas NCTZEN atau penggemar NCT, mengikuti atau pernah mengikuti akun Instagram Taeil @mo.on_air, serta pernah mengetahui isu *cancel culture* terkait Taeil. Penelitian tidak menetapkan batas domisili maupun minimal lama menjadi penggemar. Lama menjadi penggemar dan durasi penggunaan X dicatat sebagai karakteristik responden, bukan syarat penerimaan sampel. Syarat mengikuti atau pernah mengikuti Instagram Taeil juga tidak sama dengan mensyaratkan bahwa seluruh responden merupakan pengikut aktif pada saat pengisian. Dengan batas tersebut, sampel dapat mencakup individu yang masih mengikuti maupun telah berhenti mengikuti akun figur tersebut.

Pengumpulan data dilaksanakan pada 22 April 2026 menggunakan kuesioner Google Form. Tautan kuesioner disebarkan melalui Komunitas NCTZEN di X dan chat pribadi. Keterangan pengantar kuesioner memuat tujuan penelitian, identitas peneliti, dan kriteria responden. Responden memberikan jawaban berdasarkan pengalaman serta penilaiannya sendiri terhadap isu dan figur yang diteliti. Kriteria mengetahui isu dipertahankan sesuai rancangan penelitian; penelitian tidak menambahkan syarat baru berupa jumlah minimal unggahan yang pernah dilihat atau tingkat keaktifan tertentu di X. Dengan demikian, penggunaan X dijelaskan melalui konteks rekrutmen dan karakteristik penggunaan, tanpa mengklaim adanya kriteria penyaringan tambahan yang tidak tercantum dalam instrumen.

Terpaan isu (X) diukur melalui 11 butir akhir yang terdiri atas frekuensi sebanyak tiga butir, durasi empat butir, dan atensi empat butir. Frekuensi mencakup pencarian informasi, perjumpaan dengan unggahan kritik, serta pembacaan diskusi tentang isu. Durasi mencakup waktu untuk memantau perkembangan, membaca utas, menyelesaikan informasi, dan peningkatan waktu penggunaan X ketika mengikuti respons komunitas. Atensi mencakup perhatian terhadap sudut pandang, argumen penarikan dukungan, dampak yang diterima figur, dan ingatan terhadap informasi. Seluruh aspek tersebut mengacu pada isu terkait Taeil, bukan penggunaan platform secara keseluruhan.

Pengukuran menggunakan skala Likert empat pilihan, yaitu sangat tidak setuju bernilai 1, tidak setuju bernilai 2, setuju bernilai 3, dan sangat setuju bernilai 4. Skor butir X dijumlahkan sehingga rentang teoretis skor totalnya adalah 11 sampai 44. Skor yang lebih tinggi menunjukkan persetujuan yang lebih kuat terhadap pernyataan intensitas terpaan. Ukuran ini merupakan laporan diri melalui tingkat persetujuan, bukan rekaman objektif jumlah unggahan atau lama akses. Oleh karena itu, kategori frekuensi dan durasi dibaca sebagai indikator pengalaman yang dilaporkan responden.

Respons loyalitas (Y) diukur melalui 15 butir akhir: kognitif empat butir, afektif empat butir, konatif tiga butir, dan tindakan empat butir. Ranah kognitif memuat penilaian bahwa prestasi atau kualitas figur tidak lagi cukup untuk mempertahankan dukungan. Ranah afektif memuat kekecewaan, hilangnya kekaguman, dan ketidaknyamanan terhadap karya. Ranah konatif memuat niat mengalihkan atau menghentikan dukungan, sedangkan tindakan memuat *unfollow*, berhenti memantau, menghindari konten, dan tidak lagi memberikan respons pada unggahan. Dimensi tersebut mengikuti adaptasi kerangka Oliver (1999).

Pilihan jawaban Y menggunakan skor 1 sampai 4 dengan arah yang sama seperti X. Skor Y merupakan jumlah langsung persetujuan terhadap pernyataan penarikan dukungan, sehingga rentang teoretisnya 15 sampai 60. Skor yang lebih tinggi mengindikasikan pelemahan loyalitas yang lebih kuat, bukan kesetiaan yang lebih tinggi. Interpretasi ini diperlukan agar arah koefisien regresi sesuai dengan isi instrumen. Y juga tidak mengukur besarnya perubahan skor loyalitas dari kondisi sebelum kasus karena tidak terdapat pengukuran awal pada individu yang sama.

Uji validitas instrumen awal menggunakan korelasi Pearson pada 30 peserta dengan nilai pembanding r tabel sebesar 0,361. Dari 12 butir awal X, 11 dinyatakan valid; dari 16 butir awal Y, 15 dinyatakan valid. Kuesioner akhir memuat 26 butir yang dipertahankan. Uji reliabilitas instrumen awal menghasilkan Cronbach’s alpha sebesar 0,766 untuk 12 butir X dan 0,719 untuk 16 butir Y. Karena koefisien tersebut berasal dari instrumen sebelum penghapusan butir, nilainya belum menunjukkan reliabilitas skor instrumen akhir yang digunakan dalam analisis.

Sebanyak 99 respons diperoleh pada tahap awal. Pemeriksaan boxplot mengidentifikasi delapan respons, yaitu nomor 22, 35, 56, 77, 80, 82, 93, dan 99, untuk dikeluarkan dari analisis. Analisis inferensial kemudian menggunakan 91 respons, sedangkan tabel karakteristik sampel menggunakan 99 respons awal. Normalitas residual diperiksa menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Regresi linear sederhana mengestimasi hubungan skor X dengan skor Y, uji t digunakan untuk menguji koefisien, dan R^2 menunjukkan proporsi variasi Y yang dijelaskan model. Analisis menggunakan SPSS versi 31. Hasil pengujian dibaca sebagai hubungan statistik pada sampel, dengan mempertimbangkan pemilihan responden nonprobabilitas, arah skor, dan pengeluaran data.

Hasil dan Pembahasan

Sebanyak 99 respons diperoleh melalui kuesioner daring. Karakteristik penggunaan X dan lama menjadi penggemar dilaporkan pada Tabel 1 dan Tabel 2 untuk menggambarkan sampel awal. Setelah pemeriksaan *boxplot* dan pengeluaran delapan respons, tabel hasil regresi menggunakan 91 respons. Pembedaan jumlah sampel diperlukan agar distribusi karakteristik tidak dianggap berasal dari himpunan data yang sama dengan analisis inferensial. Variabel Y pada seluruh interpretasi hasil merujuk pada skor indikasi pelemahan loyalitas sesuai isi butir instrumen.

Tabel 1. Total waktu menggunakan media sosial X dalam satu hari

Total Waktu	Frekuensi
< 1 Jam	7
1-3 Jam	39
3-5 Jam	29
> 5 Jam	24
Total	99

Sumber: Data yang diolah peneliti

Tabel 1 menunjukkan bahwa kelompok responden terbesar menggunakan media sosial X selama 1–3 jam per hari, yaitu 39 orang (39,4%). Sebanyak 29 responden (29,3%) menggunakan X selama 3–5 jam, 24 responden (24,2%) lebih dari 5 jam, dan 7 responden (7,1%) kurang dari 1 jam per hari. Distribusi ini menunjukkan durasi penggunaan platform pada sampel awal. Namun, waktu penggunaan X tidak seluruhnya dialokasikan untuk mengikuti isu *cancel culture*. Karena itu, data tersebut merupakan karakteristik penggunaan media dan tidak dapat langsung diperlakukan sebagai ukuran terpaan isu yang diteliti.

Tabel 2. Lama menjadi penggemar NCT (NCTZEN)

Lama menjadi penggemar	Frekuensi
< 1 Tahun	6
1-3 Tahun	32
3-5 Tahun	18
> 5 Tahun	43
Total	99

Sumber: Data olahan peneliti

Tabel 2 menunjukkan bahwa 43 responden (43,4%) telah menjadi penggemar NCT selama lebih dari 5 tahun. Kelompok ini merupakan kategori terbesar, tetapi tidak mencakup lebih dari separuh sampel. Sebanyak 32 responden (32,3%) menjadi penggemar selama 1–3 tahun, 18 responden (18,2%) selama 3–5 tahun, dan 6 responden (6,1%) kurang dari 1 tahun. Lama menjadi penggemar menggambarkan pengalaman dalam fandom. Data tersebut belum

membuktikan tingkat atau kestabilan loyalitas terhadap Moon Taeil karena keterikatan kepada grup NCT dapat berbeda dari keterikatan kepada salah satu anggotanya.

Tabel 3. Uji Normalitas

Ukuran	**Nilai**
N	91
Rata-rata residual	0,0000000
Simpangan baku residual	3,41808872
Statistik Kolmogorov-Smirnov	0,079
Asymp. Sig. (dua arah)	0,200
Monte Carlo Sig. (dua arah)	0,169

Sumber: Data yang diolah peneliti

Pada tahap awal, penelitian memperoleh 99 respons. Setelah pemeriksaan outlier, delapan respons tidak disertakan dalam analisis sehingga jumlah data akhir menjadi 91. Tabel 3 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 dan Monte Carlo Sig. sebesar 0,169. Keduanya melebihi taraf signifikansi 0,05, sehingga uji tersebut tidak menunjukkan bukti yang cukup untuk menolak asumsi normalitas residual. Hasil ini mendukung penggunaan model dalam kaitannya dengan asumsi normalitas, tetapi tidak menggantikan pemeriksaan asumsi regresi lainnya.

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Sumber	**Jumlah kuadrat**	**df**	**Rata-rata kuadrat**	**F**	**p**
Regresi	83,226	1	83,226	7,044	0,009
Residual	1051,500	89	11,815		
Total	1134,725	90			

Sumber: Data yang diolah peneliti

Hasil regresi linear sederhana menunjukkan $F(1, 89) = 7,044$ dengan $p = 0,009$. Pada taraf signifikansi 0,05, model dengan prediktor terpaan isu cancel culture menjelaskan variasi skor indikasi pelemahan loyalitas secara lebih baik daripada model yang hanya memuat konstanta. Hasil tersebut menunjukkan hubungan statistik pada sampel yang dianalisis. Besarnya hubungan dinilai melalui koefisien dan R^2, sedangkan kesimpulan sebab akibat tetap dibatasi oleh desain survei satu waktu.

Tabel 5. Uji Parsial t (Uji t)

Prediktor	**B**	**SE**	**Beta**	**t**	**p**
Konstanta	46,260	3,292		14,053	< 0,001
Terpaan isu (X)	0,240	0,090	0,271	2,654	0,009

Sumber: Data yang diolah peneliti

Tabel 5 menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,240, dengan t(89) = 2,654 dan p = 0,009. Dengan demikian, H0 ditolak pada taraf 0,05. Persamaan regresinya adalah $\hat{Y}$ = 46,260 + 0,240X. Kenaikan satu satuan skor terpaan berkaitan dengan kenaikan rata-rata prediksi skor indikasi pelemahan loyalitas sebesar 0,240 satuan. Koefisien positif tidak menunjukkan meningkatnya dukungan kepada Taeil karena nilai Y yang tinggi berasal dari persetujuan terhadap pernyataan penghentian dukungan. Makna konstanta perlu dibatasi karena nilai X nol berada di luar rentang teoretis instrumen, yaitu 11 sampai 44. Persamaan ini menggambarkan perbedaan antarresponden pada satu pengumpulan data, bukan perubahan loyalitas individu dari waktu ke waktu.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

N	R	R^2	Adjusted R^2	SE estimasi
91	0,271	0,073	0,063	3,43724

Sumber: Data yang diolah peneliti

Tabel 6 menunjukkan nilai R = 0,271 dan R^2 = 0,073. Dengan mempertimbangkan tanda positif koefisien pada Tabel 5, hubungan skor terpaan dengan skor indikasi pelemahan loyalitas tergolong lemah. Model menjelaskan 7,3% variasi skor Y pada sampel yang dianalisis, sedangkan Adjusted R Square sebesar 0,063. Sebanyak 92,7% variasi belum dijelaskan oleh model satu prediktor ini. Bagian yang belum dijelaskan dapat mencakup variabel yang tidak dimasukkan, keterbatasan ukuran, dan variasi individual, sehingga tidak boleh diperlakukan sebagai persentase pengaruh faktor lain yang sudah terbukti.

Hasil penelitian memperlihatkan hubungan searah antara intensitas menerima isu dan laporan pelemahan dukungan terhadap Taeil. Teori uses and effects membantu menjelaskan bahwa penggunaan media berkaitan dengan respons audiens, sementara pengguna tetap aktif memilih dan memahami pesan (Sendjaja et al., 2023). Respons yang diukur dalam penelitian ini meliputi evaluasi reputasi, perasaan terhadap figur, niat, dan tindakan penarikan dukungan. Hubungan yang lemah menunjukkan bahwa variasi skor terpaan saja belum cukup untuk menjelaskan keragaman respons tersebut.

Keterkaitan tersebut juga harus dibaca sesuai sifat pengukuran. Butir X meminta tingkat persetujuan terhadap pengalaman mengakses isu, sedangkan Y meminta persetujuan terhadap evaluasi dan tindakan pelepasan dukungan. Keduanya dikumpulkan melalui kuesioner yang sama sehingga dapat dipengaruhi kesamaan cara menjawab dan penilaian retrospektif. Karena beberapa butir Y secara eksplisit menyebut isu *cancel culture*, hubungan skor tidak sepenuhnya terpisah dari cara responden mengaitkan penarikan dukungan dengan isu. Penelitian tidak menyediakan rekaman perilaku digital untuk membandingkan jawaban dengan tindakan yang teramati.

Terpaan yang lebih intens dapat menyediakan lebih banyak kesempatan untuk menilai ulang reputasi figur, tetapi penelitian tidak mengukur isi pesan yang diterima setiap responden. Informasi resmi, opini komunitas, seruan penghentian dukungan, dan komentar pribadi dapat memiliki karakter berbeda walaupun semuanya diakses di X. Oleh karena itu, skor terpaan tidak dapat digunakan untuk menyatakan jenis pesan mana yang paling berkaitan dengan pelemahan dukungan. Pengembangan penelitian perlu memisahkan intensitas akses dari penilaian terhadap kredibilitas dan isi pesan agar hubungan komunikasi yang diuji menjadi lebih jelas.

Temuan ini dapat dibaca bersama kajian tentang putusnya keterikatan penggemar. (Jones et al., 2022) menunjukkan bahwa berakhirnya relasi dengan selebritas setelah muncul dugaan pelanggaran dapat disertai pengalaman emosional dan praktik sosial untuk menyatakan pelepasan keterikatan. Dalam penelitian ini, kekecewaan dan penarikan dukungan merupakan

isi pengukuran Y. Keterkaitan tersebut membantu menjelaskan loyalitas sebagai relasi yang dapat dievaluasi ulang. Namun, penelitian tidak mengukur pengalaman para-loveshock secara khusus sehingga hasilnya tidak menguji ulang seluruh konsep dalam studi tersebut.

(Karg et al., 2022) memberi pembanding bahwa komitmen sebelum skandal dapat berkaitan dengan keberlangsungan dukungan. Hubungan positif dalam penelitian ini memiliki makna berbeda karena Y merupakan skor pelemahan loyalitas, sedangkan komitmen awal tidak diukur. Karena itu, hasil penelitian tidak boleh dinyatakan membantah kajian tersebut. Perbedaan figur, platform, metode, dan arah pengukuran dapat menghasilkan pola yang berbeda. Penelitian lanjutan yang memasukkan keterikatan sebelum kasus akan lebih mampu menjelaskan apakah terpaan berkaitan dengan pelemahan dukungan secara berbeda pada kelompok penggemar dengan komitmen awal yang berbeda.

(Zahra & Hanafitri, 2026) menunjukkan bahwa hubungan parasosial tetap menjadi konteks yang relevan bagi penggemar K-pop ketika idolanya pernah menjadi target *cancel culture*. Penelitian ini memperluas pembahasan pada hubungan terpaan isu dengan respons pelemahan loyalitas, tetapi tidak menambahkan variabel parasosial dalam pengujian. Keterikatan emosional dalam butir loyalitas juga tidak dapat langsung disamakan dengan ukuran hubungan parasosial yang menggunakan instrumen tersendiri. Dengan demikian, pembahasan parasosial berfungsi untuk membangun konteks literatur dan kemungkinan penjelasan, bukan untuk menyatakan adanya pengaruh mediasi atau moderasi.

Selektivitas informasi dapat menjadi kemungkinan penjelasan lain. (Knobloch-Westerwick, 2012) membahas hubungan pemilihan informasi yang sejalan dengan sikap dan penguatan sikap dalam konteks politik. Pada fandom, individu yang telah bersikap negatif mungkin lebih memperhatikan informasi yang mendukung penarikan dukungan. Arah hubungan seperti ini tidak dapat dibedakan dari kemungkinan bahwa terpaan mendahului evaluasi negatif karena semua variabel diukur pada satu waktu. Penelitian tidak mengukur pilihan sumber atau sikap awal, sehingga penjelasan selektivitas harus ditempatkan sebagai dugaan yang memerlukan pengujian.

Loyalitas kepada grup NCT perlu dibedakan dari loyalitas kepada Taeil. Salah satu butir konatif menyatakan niat mengalihkan dukungan kepada anggota NCT lainnya, yang berarti penggemar dapat mempertahankan identitas fandom sekaligus menarik dukungan kepada satu figur. Lama menjadi penggemar NCT juga tidak dengan sendirinya mencerminkan kedekatan kepada Taeil. Pembedaan ini membantu menghindari kesimpulan bahwa penarikan dukungan kepada individu menunjukkan berakhirnya loyalitas kepada seluruh grup. Unit pengukuran tetap dukungan terhadap Taeil, sementara komunitas NCTZEN merupakan konteks rekrutmen.

Dimensi kognitif, afektif, konatif, dan tindakan memperjelas cakupan respons yang ditanyakan, tetapi regresi menggunakan skor total Y. Penelitian tidak mengestimasi hubungan X dengan setiap dimensi secara terpisah. Oleh sebab itu, hasil tidak menunjukkan bahwa seluruh dimensi berubah dengan besaran yang sama atau bahwa evaluasi kognitif selalu diikuti tindakan. Model juga tidak menguji urutan tahapan loyalitas secara temporal. Temuan yang dapat disampaikan ialah keterkaitan skor total terpaan dengan gabungan indikator pelemahan dukungan pada sampel.

Kontribusi empiris penelitian terletak pada pengujian hubungan terpaan isu spesifik dan respons pelemahan loyalitas dalam komunitas penggemar di X. Pembahasan ini menempatkan penggemar sebagai audiens yang menilai komunikasi mengenai figur publik, sekaligus menegaskan pentingnya membedakan menerima pesan, menyatakan sikap, dan menarik dukungan. Hasil menunjukkan hubungan signifikan dengan kemampuan penjelasan yang terbatas. Temuan tersebut mendukung perlunya model komunikasi fandom yang memasukkan

kondisi relasional dan pengalaman audiens, tanpa menganggap bahwa faktor yang belum diukur telah terbukti menjelaskan hasil.

Keterbatasan sampel perlu diperhatikan karena responden direkrut melalui komunitas dan chat pribadi. Penggemar yang bersedia menjawab dapat berbeda dari penggemar yang tidak berpartisipasi, termasuk dalam minat mengikuti kontroversi atau kesiapan menyatakan sikap. Tidak adanya batas domisili tidak berarti sampel mewakili seluruh penggemar di Indonesia. Penelitian juga tidak mensyaratkan waktu mulai mengikuti Taeil sebelum kasus, sehingga pengukuran tidak memastikan bahwa semua peserta memiliki titik awal keterikatan yang setara. Hasil paling tepat digunakan untuk memahami sampel yang memenuhi kriteria dan berpartisipasi dalam survei.

Pengeluaran delapan respons berdasarkan *boxplot* juga membatasi interpretasi. Respons ekstrem pada sikap penggemar dapat mencerminkan variasi yang nyata dan tidak otomatis merupakan kesalahan data. Karena itu, pengeluaran data perlu dibaca sebagai keputusan analisis yang memengaruhi cakupan sampel, bukan sebagai pembuktian bahwa jawaban tersebut tidak sah. Penelitian selanjutnya perlu menjelaskan aturan identifikasi outlier secara lebih rinci dan membandingkan hasil dengan serta tanpa pengeluaran data. Pengujian sensitivitas tersebut akan membantu menilai kestabilan hubungan yang ditemukan.

Pengukuran berulang dapat memperjelas apakah perubahan terpaan mendahului perubahan dukungan pada individu yang sama. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan ukuran terpisah untuk hubungan parasosial, komitmen sebelum kasus, kredibilitas informasi, dan identitas fandom. Kombinasi survei dengan data perilaku yang diperoleh secara etis dapat membandingkan niat penarikan dukungan dengan tindakan digital yang teramati. Perbaikan tersebut akan memperkuat penjelasan mengenai hubungan komunikasi isu negatif dan loyalitas tanpa mengandalkan intensitas terpaan sebagai satu-satunya prediktor.

Simpulan

Penelitian ini menguji hubungan terpaan isu *cancel culture* di X dengan respons loyalitas terhadap Taeil pada penggemar NCT. Berdasarkan hasil regresi untuk 91 respons setelah pengeluaran delapan outlier, koefisien X positif dan signifikan ($B = 0{,}240$; $t(89) = 2{,}654$; $p = 0{,}009$). Arah positif menunjukkan bahwa skor terpaan yang lebih tinggi berkaitan dengan skor indikasi pelemahan loyalitas yang lebih tinggi karena butir Y berisi evaluasi negatif dan penarikan dukungan. Temuan tidak menunjukkan penguatan kesetiaan kepada Taeil. Hubungan tersebut lemah, dengan $R = 0{,}271$ dan $R^2 = 0{,}073$, sehingga model menjelaskan 7,3% variasi skor respons loyalitas.

Kontribusi penelitian terhadap kajian komunikasi terletak pada pengujian terpaan isu yang spesifik dan respons pelepasan dukungan terhadap idola individual dalam konteks fandom. Teori *uses and effects* membantu menempatkan penggunaan media sebagai pengalaman audiens yang dapat berkaitan dengan sikap dan tindakan. Literatur keterikatan selebritas memperjelas konteks hubungan tersebut, tetapi penelitian tidak menguji hubungan parasosial atau komitmen awal sebagai variabel. Karena itu, penjelasan tentang faktor relasional tetap merupakan argumentasi teoritis, bukan mekanisme yang telah dibuktikan.

Kesimpulan berlaku pada sampel nonprobabilitas yang dianalisis dan perlu mempertimbangkan pengukuran laporan diri serta pengeluaran data. Penelitian tidak menyediakan pengukuran sebelum dan sesudah kasus, sehingga tidak menetapkan perubahan loyalitas individual atau hubungan sebab akibat. Loyalitas terhadap Taeil juga tidak dapat disamakan dengan loyalitas terhadap NCT sebagai grup. Penelitian berikutnya perlu memperkuat pengujian instrumen akhir, membandingkan model dengan dan tanpa outlier, serta

memasukkan keterikatan sebelumnya dan karakter informasi untuk memperjelas proses evaluasi dukungan penggemar.

Deklarasi

Pernyataan Penggunaan AI

Dalam proses penyusunan artikel ini, penulis menggunakan bantuan kecerdasan buatan, yaitu ChatGPT (OpenAI) dan Gemini (Google), sebagai alat bantu dalam merangkai kalimat, menyempurnakan struktur penulisan, serta meningkatkan kejelasan dan keterbacaan bahasa. Penggunaan AI terbatas pada aspek kebahasaan dan penyajian tulisan. Seluruh substansi, pengembangan gagasan, interpretasi data, analisis, serta kesimpulan disusun dan ditinjau secara mandiri oleh penulis. Penulis bertanggung jawab penuh atas isi dan keakuratan artikel.

Kontribusi Penulis

Penulis bertanggung jawab atas seluruh tahapan penyusunan artikel, meliputi konseptualisasi penelitian, penyusunan metodologi, pengumpulan dan pengolahan data, analisis hasil penelitian, penulisan draf awal, serta revisi dan penyempurnaan naskah hingga menjadi artikel akhir.

Pernyataan Pendanaan

Penelitian dan penyusunan artikel ini tidak memperoleh pendanaan khusus dari lembaga pemerintah, swasta, maupun institusi lainnya. Seluruh proses penelitian dilaksanakan secara mandiri oleh penulis.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan, baik secara finansial maupun nonfinansial, yang dapat memengaruhi proses penelitian, analisis, maupun penyusunan artikel ini.

Daftar Pustaka

Altamira, M. B., & Movementi, S. G. (2023). Fenomena cancel culture di Indonesia: Sebuah tinjauan literatur. *Jurnal Vokasi Indonesia*, *10*(1), 37–45. https://doi.org/10.7454/jvi.v10i1.1177

Auroro, G. G., Anggara, R., & Susanto, T. (2025). Hubungan terpaan promosi Instagram @officialfdxbeauty dengan minat berkunjung ke Event X Beauty. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, *11*(2), 240–246. https://doi.org/10.32509/dinamika.v11i2.5711

Hudson, S., Huang, L., Roth, M. S., & Madden, T. J. (2016). The influence of social media interactions on consumer–brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors. *International Journal of Research in Marketing*, *33*(1), 27–41. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.06.004

Jones, S., Cronin, J., & Piacentini, M. G. (2022). Celebrity brand break-up: Fan experiences of para-loveshock. *Journal of Business Research*, *145*, 720–731. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.039

Karg, S. T., Lim, M., & Schnall, S. (2022). Followers forever: Prior commitment predicts post-scandal support of a social media celebrity. *Social Psychological Bulletin*, *17*, e8283. https://doi.org/10.32872/spb.8283

Knobloch-Westerwick, S. (2012). Selective exposure and reinforcement of attitudes and partisanship before a presidential election. *Journal of Communication*, *62*(4), 628–642. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01651.x

Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, *63*(4_suppl1), 33–44. https://doi.org/10.1177/00222429990634s105

Rasya, M. I. H., Lubis, F. O., & Oxcygentri, O. (2024). Pengaruh terpaan hashtag #OOTD pada

media sosial TikTok terhadap perilaku impulse buying (Survei pada pengikut akun X @callistaverss). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(7), 806–813. https://doi.org/10.5281/zenodo.11183581

Sendjaja, S. D., Rahardjo, T., Pradekso, T., & Sunarwinadi, I. R. (2023). *Teori komunikasi* (4th ed.). Universitas Terbuka.

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian pendidikan* (3rd ed.). Alfabeta.

Velasco, J. C. (2020). You are cancelled: Virtual collective consciousness and the emergence of cancel culture as ideological purging. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, *12*(5), 1–7. https://doi.org/10.21659/rupkatha.v12n5.rioc1s21n2

Zahra, N., & Hanafitri, A. (2026). Gambaran parasocial relationship pada penggemar K-pop usia emerging adulthood dengan idola yang pernah menjadi target cancel culture. *Jurnal Psikologi Sains Dan Profesi*, *10*(1), 1–16. https://doi.org/10.24198/jpsp.v10i1.68096