ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi *fandom* MyDay terhadap komunikasi krisis yang dilakukan oleh Mecimapro pasca-konser DAY6 *World Tour* "Forever Young" 2025 di Jakarta. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh krisis penyelenggaraan konser yang diikuti dengan penyampaian komunikasi krisis berupa klarifikasi dan permintaan maaf melalui pernyataan resmi Mecimapro. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi berdasarkan teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap tujuh anggota *fandom* MyDay serta didukung oleh analisis terhadap pernyataan resmi Mecimapro dan JYP Entertainment sebagai bentuk komunikasi krisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi krisis Mecimapro dimaknai secara beragam oleh informan dan menghasilkan tiga posisi resepsi, yaitu *dominant-hegemonic, negotiated*, dan *oppositional*. Informan pada *posisi dominant-hegemonic* menerima komunikasi krisis Mecimapro sebagai bentuk pertanggungjawaban organisasi. Informan pada posisi *negotiated* memahami adanya kendala yang dihadapi promotor, tetapi tetap mengkritisi aspek transparansi, empati, dan kecepatan respons yang dinilai belum optimal. Sementara itu, mayoritas informan berada pada posisi *oppositional* dengan menolak makna yang dibangun Mecimapro karena komunikasi krisis dipandang tidak diikuti tindakan yang konsisten serta belum mampu memulihkan kepercayaan publik. Perbedaan resepsi tersebut dipengaruhi oleh pengalaman langsung selama konser, keterlibatan dalam komunitas *fandom*, paparan diskusi di media sosial, perbandingan dengan penyelenggaraan konser lain, serta ekspektasi terhadap praktik komunikasi krisis yang ideal. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap komunikasi krisis merupakan proses yang aktif dan dipengaruhi oleh pengalaman serta konteks sosial audiens, sehingga efektivitas komunikasi krisis tidak hanya ditentukan oleh pesan yang dikonstruksi organisasi, tetapi juga oleh bagaimana pesan tersebut diinterpretasikan oleh publik.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, Analisis Resepsi, *Encoding-Decoding*, MyDay, Mecimapro.

ABSTRACT

This study aims to analyze the reception of the MyDay fandom toward the crisis communication conducted by Mecimapro following the DAY6 World Tour Forever Young 2025 concert in Jakarta. The study was prompted by the concert management crisis, which was followed by crisis communication efforts in the form of official clarifications and apologies issued by Mecimapro. This research employed a qualitative approach using Stuart Hall's Encoding-Decoding reception analysis. Data were collected through in-depth interviews with seven members of the MyDay fandom and supported by an analysis of official statements released by Mecimapro and JYP Entertainment as forms of crisis communication. The findings reveal that Mecimapro's crisis communication was interpreted in diverse ways, resulting in three reception positions: dominant-hegemonic, negotiated, and oppositional. Informants in the dominant-hegemonic position accepted Mecimapro's crisis communication as a form of organizational accountability. Those in the negotiated position acknowledged the challenges faced by the promoter while criticizing the lack of transparency, empathy, and timeliness of its response. Meanwhile, the majority of informants occupied the oppositional position, rejecting the meaning constructed by Mecimapro because its crisis communication was perceived as lacking consistent follow-up actions and failing to restore public trust. These differences in reception were influenced by participants' direct experiences during the concert, their involvement in the fandom community, exposure to discussions on social media, comparisons with other concert organizers, and expectations regarding ideal crisis communication practices. This study demonstrates that the interpretation of crisis communication is an active meaning-making process shaped by audiences' experiences and social contexts. Therefore, the effectiveness of crisis communication depends not only on the messages constructed by an organization but also on how those messages are interpreted by the public.

***Keywords**: Crisis Communication, Reception Analysis, Encoding-Decoding, MyDay, Mecimapro.*