

**ANALISIS STEREOTYPE FUJOSHI DAN PERAN GENDER  
MELALUI KONTEN BOYS' LOVE DI MEDIA SOSIAL**

*An Analysis of Fujoshi Stereotypes and Gender Roles Through Boys'  
Love Content on Social Media*

**AGUNG NUGRAHA**

**E022212005**



**PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2024**

**ANALISIS STEREOTYPE FUJOSHI DAN PERAN GENDER MELALUI  
KONTEN BOYS' LOVE DI MEDIA SOSIAL**

**TESIS**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister**

**Program Studi  
Ilmu Komunikasi**

**Disusun dan Diajukan Oleh**

**AGUNG NUGRAHA  
E022212005**

**PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**TESIS**

**ANALISIS STEREOTYPE FUJOSHI DAN PERAN GENDER  
MELALUI KONTEN BOYS' LOVE DI MEDIA SOSIAL**

Disusun dan diajukan oleh

**AGUNG NUGRAHA**

E022212005

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin  
pada tanggal **18 Maret 2024**  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

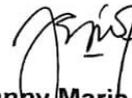
Menyetujui

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



**Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si.**  
NIP. 196201181987021001



**Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si.**  
NIP. 195910011987022001

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi,



**Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si**  
NIP. 195204121976031017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,



**Prof. Dr. Rhil. Sukri, M.Si**  
NIP. 197508182008011008

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Nugraha  
NIM : E022212005  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul:

### **ANALISIS STEREOTYPE FUJOSHI DAN PERAN GENDER MELALUI KONTEN BOYS' LOVE DI MEDIA SOSIAL**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan tulisan orang lain. Bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya asli sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 06 Maret 2024

Yang Menyatakan,



Agung Nugraha

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbal Alamin, puji dan syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya. Dengan penuh rasa syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan sehingga tesis ini dapat terselesaikan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya, Bapak Ir. Hamruddin dan Ibu Farahlina yang selalu memberikan doa dan motivasi yang senantiasa mengalir, memberikan semangat bagi saya untuk menyelesaikan tesis ini. Terima kasih untuk seluruh keluarga besar saya, doa restu dari kalian adalah sumber kekuatan yang tak tergantikan. Dalam penyusunan tesis ini tidak lepas dari dukungan, doa, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati izinkanlah saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si. selaku pembimbing pertama dan Prof. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si. selaku pembimbing kedua yang telah bermurah hati dan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang sangat berharga dalam penyelesaian tesis ini.

2. Prof. Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si., Dr. Indrayanti, S.Sos., M.Si., dan Dr. M. Farid, M.Si. selaku tim penguji yang telah memberikan arahan dan masukannya untuk melengkapi penyusunan tesis ini.
3. Prof. Dr. H. Muh. Akbar, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin.
4. Seluruh dosen Pasca Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan pengetahuan dan wawasannya.
5. Seluruh staf Departemen Ilmu Komunika dan seluruh staf akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
6. Seluruh *Fujoshi* yang bersedia ingin membantu dalam penyelesaian tesis dan menjadi informan dalam penelitian ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namanya, terima kasih atas doa dan dukungan yang diberikan.

Masih jauhnya tesis ini dari kesempurnaan, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk tesis ini agar dapat lebih baik lagi. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam bidang ilmu pengetahuan.

Makassar, 06 Maret 2024



Agung Nugraha

## ABSTRAK

**AGUNG NUGRAHA.** *Analisis Stereotype Fujoshi dan Peran Gender Melalui Konten Boys' Love Di Media Sosial* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Jeanny Maria Fatimah).

Penelitian ini bertujuan (1) menggambarkan *stereotype Fujoshi* terhadap peran gender melalui konten *boys' love* di media sosial yang berhubungan dengan maskulinitas dan feminitas dalam konten tersebut, (2) menjelaskan sikap *Fujoshi* dalam menempatkan diri terhadap peran gender dan seksualitas mereka sebagai individu yang dihubungkan dengan alasan konsumsi konten *boys' love* di media sosial, dan (3) menjelaskan cara *Fujoshi* dalam mengatasi perbedaan minat konten di media sosial. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara dan analisis konten Boys' Love (BL). Metode wawancara dilakukan melalui Zoom *meeting* dan analisis konten BL yang paling banyak diminati oleh para *Fujoshi* di Indonesia mengenai perkembangan "Moe". Informan dalam penelitian ini sebanyak 10 orang menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana semua informan memenuhi kriteria sebagai *aca-fans* dalam komunitas *Fujoshi* di Indonesia. Terdapat enam konten BL yang dipilih secara kualitatif dengan cara melihat jumlah hashtag dan juga isu tren yang ada di sosial media. Hasil menunjukkan bahwa alasan utama dalam mengonsumsi konten BL adalah kebutuhan hiburan baru (salah satu motif dalam *The Yaoi Consumption Motives Questionnaire*) yang terdiri atas tiga variabel yang memberikan pengaruh. Tiga variabel ini merupakan budaya populer, social media, dan jenis hiburan yang dikonsumsi oleh para *Fujoshi*. *Stereotype Fujoshi* terhadap hubungan patriarki bukan menjadi alasan dalam mengonsumsi konten BL, dimana hal ini berbeda dengan motif utama para *Fujoshi* di Jepang dan negara-negara barat. Konsumsi konten BL secara berkelanjutan memberikan perubahan pandangan mengenai peran gender dalam hubungan romantis yang terjadi di lingkungan sosial. Pandangan *Fujoshi* mengenai peran gender lebih mengarah ke persamaan gender baik dari segi peran dalam menjalani hubungan dan meningkatkan kualitas hubungan romansa antar dua individu, dimana adanya penolakan terhadap perilaku individu yang harus bersifat pasif dan dominan dalam hubungan romansa. Pandangan ini menggambarkan munculnya budaya feminim dalam konsumis media BL secara terus menerus.

Kata Kunci: *stereotype*, peran gender, *fujoshi*, feminin, *boys' love*

## ABSTRACT

**AGUNG NUGRAHA.** An Analysis of Fujoshi Stereotypes and Gender Roles through Boys' Love Content on Social Media (mentored by Andi Alimuddin Unde dan Jeanny Maria Fatimah)

This research aims to (1) depict the stereotypes of Fujoshi regarding gender roles through Boys' Love content on social media related to masculinity and femininity within such content, (2) explain the attitudes of female Fujoshi in positioning themselves regarding gender roles and their sexuality as individuals connected to their consumption of Boys' Love content on social media, and (3) interpret the ways in which female Fujoshi address differences in content interests on social media. The research used a qualitative approach utilizing interview methods and Boys' Love (BL) content analysis. The interview method was conducted via Zoom meetings, focusing on the analysis of BL content most favoured by Fujoshi in Indonesia concerning the evolution of "Moe". Ten participants served as informants in this study, and were selected through purposive sampling technique. They all met the criteria as aca-fans within the Fujoshi community in Indonesia. There were six BL contents selected qualitatively based on the frequency of hashtags and prevailing trending issues on social media. The findings indicate that the main reason for consuming BL content is the pursuit of new entertainment, one of the motives outlined in The Yaoi Consumption Motives Questionnaire. This main motive consists of three influential variables, namely popular culture, social media, and the entertainment preferences of Fujoshi. Contrary to the main motives of Fujoshi in Japan and Western countries, the Fujoshi stereotype regarding patriarchal relationships does not serve as a reason for consuming BL content. Continuous consumption of BL content brings about a shift in perspectives regarding gender roles in romantic relationships within the social sphere. The Fujoshi perspective on gender roles is directed towards gender equality, both in terms of roles within relationships and enhancing the quality of romantic relationships between individuals. There is a rejection of individual behaviour to adopt strictly passive or dominant roles in romantic relationships. This viewpoint depicts the emergence of a feminine culture through continuous consumption of BL media.

Keywords: stereotype, gender roles, fujoshi, feminine, boys' love

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Pernyataan Keaslian.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abstrak .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Glosarium.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
A. Hasil Riset yang Relevan .....	14
B. Kajian Konsep.....	26
C. Kajian Teoritis .....	51
D. Kerangka Konseptual.....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>63</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	63
B. Instrumen Penelitian .....	64

C. Lokasi Penelitian .....	67
D. Sumber Data.....	68
E. Teknik Penentuan Informan .....	69
F. Teknik Pengumpulan Data.....	70
G. Teknik Analisis Data.....	72
H. Teknik Pengabsahan Data.....	74
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>75</b>
A. Hasil Penelitian .....	75
1. Karakteristik Informan.....	75
2. Analisis Motif Dalam Konsumsi <i>Boys' love</i> .....	81
3. Analisis Konten <i>Boys' love</i> dan Persepsi <i>Fujoshi</i> Mengenai “ <i>Moe</i> ” .....	112
B. Pembahasan.....	124
1. Motif Utama Menjadi Seorang <i>Fujoshi</i> Di Indonesia.....	124
2. Stereotip <i>Fujoshi</i> Terhadap Peran Gender Dalam Konten <i>Boys' love</i> .....	131
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>145</b>
A. Kesimpulan .....	145
B. Saran .....	146
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>148</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>154</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Karakteristik responden perempuan <i>Fujoshi</i> .....	34
Tabel 2.2 Karakteristik umum perbedaan antara maskulin dan feminim dan dilihat dalam peran gender .....	58
Tabel 4.1 Informasi informan dalam kegiatan wawancara.....	75
Tabel 4.2 Perilaku yang tergambarakan dalam enam konten BL .....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sembilan Indikator Motif Peminatan Media Yang Mengandung Unsr BL .....	19
Gambar 2.2 Posisi aca-fans dalam mentransmisi sebuah informasi .....	33
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian .....	62
Gambar 3.1 Tahap-tahap yang dilakukan sebelum wawancara dengan informan .....	71
Gambar 4.1 Grafik media sosial yang paling sering digunakan dalam mengkonsumsi konten BL.....	79
Gambar 4.2 Hubungan antara budaya pop, jenis hiburan, dan media sosial dalam membawa perempuan <i>Fujoshi</i> di Indonesia untuk mengkonsumsi media BL .....	124
Gambar 4.3 Tahap-tahap menjadi seorang <i>Fujoshi</i> dengan menggunakan sembilan faktor YCMQ.....	129

## GLOSARIUM

1. *Aca-Fan*: Seorang perempuan *Fujoshi* yang memiliki latar belakang akademisi yang baik atau mendukung untuk memberikan informasi mengenai hal-hal yang dianggap penting dalam komunitas mereka atau dapat juga dilihat dari pengaruhnya memberikan suara mengenai isu komunitasnya di media sosial.
2. “Bottom” (*Uke*): Karakter dalam konten BL yang memiliki perilaku pasif dan terlihat feminin (lembut).
3. Feminitas: Serangkaian sifat atau karakteristik yang seringkali dihubungkan dengan perempuan atau keperempuanan, termasuk perilaku, kepribadian, penampilan fisik, peran sosial, dan stereotipe gender tertentu yang biasanya terkait dengan perempuan dalam suatu budaya atau masyarakat.
4. *Fujoshi*: Perempuan Indonesia yang memiliki kesenangan dalam mengonsumsi berbagai media yang bergenre *Boys’ love*.
5. Maskulinitas: Serangkaian sifat atau karakteristik yang biasanya dikaitkan dengan laki-laki atau kekelakian, termasuk perilaku, kepribadian, penampilan fisik, peran sosial, dan stereotipe gender tertentu yang sering melekat pada laki-laki dalam sebuah budaya atau masyarakat.
6. *Moe*: Karakteristik pemain *Boys’ love* yang diidolakan oleh para *Fujoshi*.

7. *Slash*: Peran dalam fanfiksi (fan fiction) yang menggambarkan sebuah hubungan romantis atau seksual antara dua karakter yang mungkin tidak terlibat dalam hubungan seperti itu dalam karya aslinya.
8. Stereotip: Penilaian yang diberikan oleh perempuan *Fujoshi* yang merujuk pada diri mereka sendiri dalam komunitas *Fujoshi*.
9. "Top" (*Seme*): Karakter dalam konten BL yang memiliki perilaku dominan dan terlihat lebih maskulin seperti laki-laki pada umumnya.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Fujoshi* adalah sebuah istilah dari bahasa Jepang yang ditujukan kepada perempuan yang memiliki ketertarikan terhadap manga, film atau drama yang bernarasi homoerotis bertemakan hubungan percintaan antara sesama laki-laki (*Boys Love/Yaoi/Shonen-ai*) (Galbraith, 2011; Dewi, 2019; Salmon dan Symons, 2004; Saito, 2011). Komunitas *Fujoshi* mulai berkembang di Jepang mulai tahun 1970an (Ani, 2018), dan berkembang di berbagai negara di seluruh dunia setelah itu. Di Indonesia, *Fujoshi* sudah mulai berkembang pesat pada tahun 2020 (Zahratussyafiyah, 2022), dimana pandemi COVID-19 sudah mulai menyebar dan penerapan PPKM telah diberlakukan.

Film bertema *boys love* (BL) atau manga *yaoi* pun mulai banyak bermunculan di berbagai media sosial seperti youtube, telegram, twitter (Permata and Zulfiningrum, 2022), dan Instagram yang menarik minat di kalangan perempuan Indonesia. Konten ini juga memperlihatkan pemain aktor yang memiliki tampang yang diminati oleh perempuan di seluruh dunia termasuk Indonesia. Para *Fujoshi* tidak hanya menikmati film, manga atau drama bertema *boys love* (BL), namun mereka juga memiliki kemampuan untuk membuat karya yang bertema *boys love* (BL).

*Fujoshi* adalah sebutan untuk para perempuan yang memiliki ketertarikan terhadap manga BL. Tidak ada alasan yang cukup jelas mengenai penyebutan perempuan mengapa penggemar BL ini disebut *Fujoshi*. *Fujoshi* ini memiliki makna negatif yaitu perempuan busuk, hal ini dikarenakan kegemaran mereka yang menyukai sesuatu yang di luar kebiasaan normal perempuan seperti percintaan antara dua lelaki cantik. Semakin dikenalnya genre *Boys' love* di Jepang dan di luar Jepang, istilah *Fujoshi* digeneralisasikan untuk menyebutkan para perempuan yang menyukai manga *Boys' love* (Dewi, 2012). Oleh karena itu, tulisan ini mempergunakan istilah *Fujoshi* untuk menyebut para perempuan Indonesia yang menyukai manga BL.

Pada artikel yang ditulis oleh Dewi (2012), penulis mengangkat isu mengenai stigma perempuan dalam masyarakat Jepang yang tertekan oleh sistem patriaki yang dominan di dalam masyarakat. Menurut McLelland dalam Dewi (2012), konteks seksualitas perempuan di Jepang terbagi ke dalam dua kategori, yaitu perempuan sebagai istri yang melahirkan keturunan dan perempuan sebagai komoditas industri seks di Jepang. Sehingga, dengan adanya stigma ini, McLelland berargumen bahwa kegemaran perempuan Jepang terhadap manga *Boys' love* adalah bentuk resistensi mereka terhadap stigma tersebut. Lebih lanjut McLelland menjelaskan bahwa para perempuan ini bisa mengidentifikasikan diri mereka sebagai karakter dalam manga *Boys' love* sebagai figur ideal dalam mengekspresikan seksualitas mereka. Apa yang tercantum dalam artikel ini

relevan dengan penelitian saya mengenai komunitas penggemar manga BL di Indonesia, jika dilihat dari bagaimana cara Mark J. McLelland mengaitkan antara media budaya populer (baca: manga *Boys' love*) dengan representasi seksualitas dan bentuk resistensi perempuan Jepang terhadap sistem patriarki yang sangat dominan di masyarakat Jepang.

Galbraith (2011), Salah satu publikasi akademis awal tentang *Fujoshi*, menyelidiki komunitas *Fujoshi*. Dengan mengacu pada pekerjaan etnografinya sendiri, dia menekankan pentingnya ruang yang diciptakan oleh *Fujoshi* untuk berfantasi, bertukar pikiran, dan berteman. Dia menunjukkan bahwa pentingnya dalam proses menciptakan ruang mereka sendiri, *Fujoshi* membedakan diri mereka dari non *Fujoshi* yang mereka sebut *ippanjin* atau orang normal. Komik Jepang yang dikenal sebagai manga memainkan peran penting dalam konsumsi budaya kontemporer di Jepang dan di luar negeri. Mereka dijual di seluruh dunia dan penggemar mereka dapat ditemukan di banyak wilayah dari Asia, Amerika Utara hingga Eropa Barat. Beberapa dari mereka bahkan datang ke Jepang, mengunjungi kota-kota di mana cerita terkenal terjadi, atau pergi ke daerah-daerah di Tokyo yang terkenal karena komik (Tanaka, 2015).

Perkembangan manga BL di Jepang sendiri cukup menarik perhatian para peneliti dalam bidang gender, feminisme, dan antropologi budaya. Misalnya penelitian dari Mark J McLelland (2000) dalam artikelnya yang berjudul "The Love Between 'Beautiful Boys' in Japanese Women's Comics", yang diterbitkan dalam Journal of Gender Studies, volume 9 nomor

1. Artikel ini membahas mengenai representasi gairah seksualitas perempuan Jepang yang diartikulasikan dalam manga erotis khusus laki-laki (heteroseksual), gay manga (khusus laki-laki gay), *yaoi/Boys' love/shōnen-ai* (khusus perempuan).

Selain komik Jepang atau manga, munculnya film dan Tv series yang menunjukkan sisi keromnatisan antara laki-laki dalam berperan (film *Boys' love*) juga menjadi hal yang mulai memberikan pengaruh bagi perempuan muda untuk menjadi seorang *Fujoshi*. Hal ini juga menjadi pasar bagi beberapa perusahaan khususnya bagi para agensi-agensinya di dunia hiburan dalam menarik perhatian generasi muda dan memberikan banyak keuntungan di bidang periklanan dan penjualan aksesoris dengan melibatkan para pemain aktor.

*Fujoshi* berkumpul di forum online untuk membahas dan berbagi karya-karya favorit mereka. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, fenomena ini menjadi lebih menonjol karena beberapa kasus yang melibatkan perilaku negatif dari sebagian *Fujoshi*. Contohnya, ada yang melakukan aksi bullying dan pelecehan secara online terhadap penggemar lain yang memiliki preferensi berbeda, menghina karya yang tidak sesuai dengan standar mereka, serta melakukan diskriminasi terhadap pria homoseksual di dunia nyata. Meskipun begitu, perlu dicatat bahwa tidak semua *Fujoshi* terlibat dalam perilaku negatif tersebut. Sebagian besar dari mereka hanya menikmati karya-karya fiksi tersebut sebagai hiburan semata dan tidak merugikan orang lain.

Pasar karya fiksi *Boys' love* (BL) tumbuh secara relatif tersembunyi dalam jalur komersial seperti pasar *dōjinshi* sejak tahun 1970-an dan melalui jaringan internet dan seluler mulai tahun 1990-an hingga saat ini. Karena kerahasiaan yang dilakukan oleh para penggemar, ukuran pasar ini sulit diukur, tetapi penelitian terbaru menunjukkan bahwa industri lintas media yang terkait dengan anime, manga, game, dan sejenisnya telah berhasil mengungkap beberapa konsumen perempuan yang aktif dalam genre ini. pasar karya fiksi *Boys' love* (BL) mencakup beragam format media dan saluran distribusi yang berbeda, seperti novel, manga, anime, game PC/video, *dōjinshi* (manga dan novel), video parodi di situs website, CD drama suara, blog, dan media lainnya. Saat ini, novel dan manga dalam genre ini dapat dengan mudah diperoleh di sebagian besar toko buku (Saito, 2011).

Di Indonesia juga telah berkembang berbagai media yang memperlihatkan adegan boys'love baik itu melalui media sosial, buku komik, novel, dan media lainnya. Hal ini pun sudah mulai mudah diakses oleh siapapun walaupun beberapa dari media masih menggunakan pengaturan privasi dalam penyebarannya. Hal ini sudah pasti menentang budaya yang telah ada di Indonesia mengenai pandangan masyarakat terhadap hubungan romantic atau pernikahan yang disahkan. Berdasarkan penjelasan UNDP dan USAID tahun 2014, Gambaran persepsi masyarakat mengenai homoseksual dapat dilihat dari hak-hak yang diberikan kepada kelompok LGBT di Indonesia. Menurut laporan yang diterbitkan oleh USAID

dan UNDP dengan judul "Laporan Nasional Indonesia: Hidup sebagai LGBT di Asia", kelompok LGBT di Indonesia memiliki hak yang sangat terbatas. Meskipun homoseksualitas tidak dianggap sebagai tindak pidana dalam hukum nasional secara umum, namun tidak ada undang-undang yang secara jelas melindungi kelompok LGBT dari diskriminasi yang berkaitan dengan orientasi seksual atau identitas gender. Selain itu, norma-norma agama dan moral yang dipegang oleh masyarakat Indonesia juga seringkali tidak mengakui homoseksualitas.

Perkembangan media sosial juga memberikan dampak besar dalam menjangkau berbagai macam konten yang dibuat oleh pengguna media sosial itu sendiri. Media sosial menjadi salah satu media komunikasi dalam menjangkau sesama perempuan *Fujoshi* di berbagai daerah dan budaya yang berbeda-beda, dan juga sebagai media untuk menyebarkan konten atau karya yang berunsur *Boys' love* yang merupakan medium untuk memperkenalkan budaya baru (Fitriana, Darmawan, Efriani, & Apriadi, 2021). Hal ini juga yang membuat sebagian perempuan *Fujoshi* menjadi bersifat eksklusif dan senang membagikan konten yang mengandung unsur BL ke publik. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Permata dan Zulfiningrum (2022), hampir seluruh pengguna Twitter mengetahui tentang *Fujoshi* melalui aktivitas yang mereka lakukan di platform tersebut, seperti melalui trending topik (Aprianti, Dewi, & Furnamasari, 2022). Meskipun persepsi terhadap *Fujoshi* tersebut cenderung menyimpang dan dianggap tabu, namun pengguna Twitter memiliki toleransi dan tetap

menghargai *Fujoshi* tersebut selama mereka tidak mengganggu orang lain. Aktivitas yang dilakukan oleh *Fujoshi* menarik minat para pengguna Twitter untuk mencoba menonton drama boys love, meskipun mereka enggan disebut sebagai *Fujoshi*.

Perempuan dalam hal ini pun terjebak dalam *duplicity of women*, kondisi di mana perempuan berusaha memuaskan hasrat seksual mereka, sementara di saat bersamaan, terpenjara oleh “nilai kesucian” dan “ideologi keperawanan”. Dengan kata lain, BL pun dapat dilihat sebagai media yang yang membebaskan perempuan dari paradigma patriarki, dualisme gender, dan normatif heteroseksual. Penulis dan penikmat BL dalam hal ini di mampukan menggunakan suara karakter laki-laki yang secara sosial lebih dibebaskan dalam masyarakat untuk mengekspresikan seksualitas mereka. Dalam genre romansa heteroseksual, masih banyak karakter perempuan yang digambarkan sebagai perempuan “lembek” yang kerap galau soal laki-laki yang kurang baik (V.D., 2021)

Penelitian ini mengangkat isu mengenai *stereotype* perempuan *Fujoshi* terhadap isu peran gender yang dipengaruhi oleh konten BL di media sosial dan juga masih dipengaruhi oleh budaya dan adat istiadat di Indonesia. Dinatha, Dewi, dan Suryadi (2021) juga meneliti mengenai persepsi perempuan *Fujoshi* di Indonesia terhadap peran gender di lingkungan sosial. Dalam artikelnya yang berjudul “*Fujoshi’s Perception of Gender Roles*”, yang diterbitkan dalam jurnal TICASH, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 655, mereka

menjelaskan kekecewaan para perempuan *Fujoshi* terhadap peran perempuan yang bersifat pasif dan didominasi oleh laki-laki baik di lingkungan sosial dan di dalam lingkungan keluarga. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, perempuan *Fujoshi* terlihat mendukung gerakan feminisme, dimana perempuan juga memiliki peran yang sama seperti laki-laki walaupun tidak dibahas secara langsung di dalam artikel tersebut. Kumiko Saito (2011) dalam artikelnya yang berjudul "*Gender, Fandom, and Women's Male-Male Homoerotic Parodies in Contemporary Japan*", juga menjelaskan bahwa manga *yaoi* menceritakan kisah yang dibuat oleh para *Fujoshi* yang menampilkan *homosexual's heterosexuality*, dimana menampilkan dua karakter laki-laki yang bersifat maskulin dan feminim. Alur cerita yang ditampilkan menunjukkan sisi maskulin dan feminim laki-laki dengan tetap mengikutsertakan peran perempuan dalam cerita.

Banyak penelitian yang mengamati pandangan perempuan *Fujoshi* memiliki minat terhadap film yang bertema *boys love* dan manga *yaoi* dikarenakan ketidakpuasan mereka terhadap peran perempuan dalam hubungan romantis yang lebih pasif dan adanya batasan terhadap perempuan dalam mengekspresikan perasaan mereka. banyak juga perempuan merasakan penderitaan baik secara fisik maupun batin dari hubungan patriarki di lingkungan mereka (Sari & Hayati, 2023) Selain itu, film *boys love* mampu memperlihatkan bahwa laki-laki tidak harus dituntut untuk selalu terlihat maskulin dan dominan, namun memperlihatkan sisi

feminim laki-laki baik dari segi karakter dan penampilan. Budaya dan adat istiadat Indonesia masih lebih memperlihatkan kehidupan sosial yang lebih mengarah ke maskulinisme. Hal ini sangat berbeda dengan harapan para perempuan *Fujoshi* mengenai peran laki-laki dan perempuan dalam lingkungan sosial yang lebih mendukung kearah feminisme. Di samping itu, tidak semua perempuan *Fujoshi* menolak maskulinisme dalam kehidupan sosial mereka, khususnya dalam hubungan romantis dengan pasangan mereka. Ada juga beberapa diantara mereka ingin menukar posisi laki-laki dan perempuan dalam hubungan romantis atau pernikahan. Munculnya komunitas *Fujoshi* di Indonesia ditakutkan akan menghasilkan reaksi negatif khususnya dari kaum laki-laki. Sehingga diharapkan perlu pemahaman yang lebih mendalam mengenai perspektif perempuan *Fujoshi* di Indonesia. Perlu peninjauan yang lebih terhadap peran BL terhadap fantasi perempuan *Fujoshi* yang apakah memiliki perbedaan yang besar mengenai perspektif peran gender dalam pernikahan dibandingkan dengan perempuan yang tidak termasuk *Fujoshi*.

Penelitian ini mengkaji mengenai *stereotype* perempuan *Fujoshi* terhadap peran gender melalui konten BL di media sosial. Hal ini dikarenakan media yang mengandung unsur BL atau yaoi mampu menjadi sarana dalam mengembangkan respon karakter fiksi yang mereka idolakan. Karakterisasi dalam konten BL terdiri dari dua jenis karakter dalam hubungan romantis yang memiliki penafsiran yang berbeda. Menurut Galbraith (2011), kedua karakter ini berperan sebagai "bottom" (uke) dan

"top" (seme). Karakter "bottom" menunjukkan sifat pasif dan feminin yang kadang-kadang merepresentasikan peran wanita dalam hubungan, sedangkan karakter "top" dibangun sebagai sosok maskulin dengan sifat dominan.

Berdasarkan dua penggambaran karakter dalam romansa BL ini, masih terdapat kesenjangan yang signifikan antara peran karakter dalam konten BL. Kesenjangan dalam peran karakter menunjukkan bahwa dukungan terhadap budaya patriarki masih digambarkan dalam konten BL. Selain itu, banyak konten BL masih menggambarkan romansa heteronormatif dalam alur ceritanya (Galbarith, 2011; Saito, 2011; Smith, 2017). Dalam studi ini, kami ingin mengeksplorasi pandangan perempuan *Fujoshi* mengenai peran gender dalam hubungan romantis yang digambarkan melalui pengembangan karakter dan perannya dalam konten BL yang telah dikonsumsi oleh *Fujoshi* Indonesia.

Selain itu, adaptasi terhadap budaya asing (budaya Jepang) akan memberikan pengalaman yang berbeda bagi individu itu sendiri, terutama bagi komunitas *Fujoshi* Indonesia (Pagliassotti, 2008). Setiap warga dalam menyesuaikan diri dengan budaya asing akan memiliki pengalaman yang berbeda dari warga negara lain di negara mereka sendiri maupun dari negara asal mereka (Yosephin & Winduwati, 2021). Studi ini mengeksplorasi pengalaman *Fujoshi* Indonesia dalam mengonsumsi konten BL berdasarkan pengaruh sembilan faktor yang dikembangkan oleh Pagliassotti (2008), yang kemudian diuji secara kuantitatif dalam Kuesioner

Motif Konsumsi Yaoi (selanjutnya disebut YCMQ) pada konsumsi media Yaoi (Zsila dkk., 2018). Faktor-faktor dalam YCMQ telah terbukti mampu mengukur secara kuantitatif motif-motif spesifik untuk konsumsi BL. Studi ini juga menggunakan sembilan faktor ini dalam menentukan faktor utama awal konsumsi BL dan mengembangkan variabel-variabel dalam faktor utama ini yang mempengaruhi perempuan *Fujoshi* di Indonesia.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perempuan *Fujoshi* menggambarkan maskulinitas dan feminitas di dalam konten *Boys' love* melalui media sosial?
2. Bagaimana sikap perempuan *Fujoshi* menempatkan diri mereka dalam hubungan romantis hubungannya dengan gender dan seksualitas melalui konten *Boys' love* di media sosial?
3. Bagaimana perempuan *Fujoshi* mengatasi perbedaan minat konten di media sosial?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Menggambarkan *stereotype* perempuan *Fujoshi* terhadap peran gender melalui konten *Boys' love* di media sosial yang berhubungan dengan maskulinitas dan feminitas dalam konten tersebut.
2. Menjelaskan sikap perempuan *Fujoshi* dalam menempatkan diri terhadap peran gender dan seksualitas mereka sebagai individu yang dihubungkan dengan alasan konsumsi konten *Boys' love* di media sosial.

3. Menjelaskan cara perempuan *Fujoshi* dalam mengatasi perbedaan minat konten di media sosial.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Akademisi
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta bahan resensi dalam bidang studi ilmu komunikasi yaitu mempelajari studi subkultur yang berhubungan dengan studi kasus gender.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan, pengetahuan serta dapat menjadi bahan bacaan dan kajian referensi bagi khalayak yang meminati studi media dan komunikasi yang dikaitkan dengan kasus persepsi gender yang berkembang di suatu komunitas.
2. Manfaat Praktis
  - a. Memberikan pemahaman terhadap pandangan perempuan *Fujoshi* terhadap peran gender dalam konsumsi konten *Boys' love* di media sosial.
  - b. Membuat perempuan lebih memahami individu mereka sebagai perempuan *Fujoshi*.
  - c. Membuka komunikasi perempuan *Fujoshi* dan *non Fujoshi* mengenai persepsi peran gender dalam hubungan romantis.

- d. Memberikan solusi dalam membatasi persimpangan antara minat konsumsi konten *Boys' love* dengan tradisi dan budaya yang diyakini di Indonesia.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Hasil Riset Yang Relevan

Untuk mendukung dan memperkuat penelitian ini maka peneliti mencoba menelusuri beberapa penelitian yang sejalan dan relevan dengan apa yang peneliti angkat menjadi satu topik yang menarik.

Berikut beberapa penelitian yang relevan dengan topik yang peneliti angkat dalam tulisan diantaranya adalah:

1. Artikel jurnal Vienchenzia Oeyta Dwitama Dinatha, Fransisca Iriani Roesmala Dewi, dan Denrich Suryadi (2021) berjudul *Fujoshi's Perception of Gender Roles*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membandingkan persepsi *Fujoshi* dengan non-*Fujoshi* mengenai peran gender. Meskipun setiap peserta memiliki pemahaman yang sama mengenai peran gender, yaitu peran yang dibagi berdasarkan jenis kelamin, *Fujoshi* menambahkan genre boy's love sebagai pengaruh pada persepsi mereka. Hasil penelitian didapatkan dari wawancara yang dilakukan, di mana keluarga dan tempat kerja membentuk peran gender utama bagi peserta. Berdasarkan teori Albert Bandura, teori kognitif sosial menyatakan bahwa sosialisasi memengaruhi cara anak-anak belajar peran gender, dan tiga sumber utama pengaruh

sosial pada perkembangan gender adalah keluarga, teman sebaya, dan budaya.

Berdasarkan studi tersebut, dapat disimpulkan bahwa tiga subjek *Fujoshi* memiliki pandangan yang masih mengikuti peran gender tradisional yang ada dalam masyarakat. Pandangan ini mengakibatkan adanya batasan dalam berekspresi, terutama bagi gender perempuan. Tiga subjek *Fujoshi* tersebut merasa tidak puas dengan peran gender dalam masyarakat, yang didasarkan pada pengalaman yang mereka alami dari lingkungan sekitar. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *Fujoshi* merasa tidak puas dengan norma gender dan seksualitas konvensional dalam masyarakat, yang mengakibatkan perempuan dianggap di bawah kontrol laki-laki di tempat umum (seperti di perusahaan atau politik) maupun di tempat pribadi (seperti keluarga atau hubungan intim) (Dinatha, 2021).

Penelitian diatas memiliki ketertarikan dengan yang dilakukan oleh peneliti mengenai perspektif *Fujoshi* mengenai peran gender. Pada penelitian sebelumnya, peneliti melakukan interview mendalam dengan responden atau perempuan *Fujoshi* dengan minimal masa menjadi *fujosi* lebih dari lima tahun yang berfokus pada peran gender di lingkungan sosial. Selain itu pada penelitian sebelumnya tidak membatasi usia *Fujoshi* untuk menjadi responden. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah

ruang lingkup perspektif yang diambil terlalu luas dibandingkan penelitian ini yang lebih spesifik kearah pernikahan dengan batas usia minimal 18 tahun untuk menjadi responden tanpa ada batas minimum pengalaman menjadi seorang *Fujoshi*. Hasil interview yang diperoleh dalam penelitian sebelumnya ini sangat membantu peneliti dalam memahami persepsi perempuan *Fujoshi* di Indonesia dilihat dari pandangan feminisme.

2. Artikel jurnal Sintya Frank Sianturi dan Ahmad Junaidi (2021) berjudul Persepsi Penggemar Pasangan Boys Love (BL Ship) terhadap Homoseksualitas.

Penelitian ini menganalisis perpepsi film BL mengenai kaum homoseksual yang terdiri atas beberapa persepsi antara lain:

- a. Homoseksualitas seharusnya tidak dianggap sebagai sesuatu yang abnormal atau di luar norma. Meskipun beberapa budaya dan keyakinan menentang homoseksualitas, semua orang berhak memilih ketertarikan tanpa memandang gender, menurut pandangan masing-masing informan.
- b. Pemahaman bahwa individu homoseksual mengalami kompleksitas dalam hidup mereka dan seringkali menerima perlakuan yang tidak adil dari masyarakat, didasarkan pada plot cerita Boys Love (BL) yang sering memunculkan masalah penerimaan sosial bagi tokoh-tokohnya. Pemahaman ini memungkinkan para penggemar BL, meskipun mereka tidak

sepenuhnya mendukung homoseksualitas, untuk tetap merasakan empati terhadap orang-orang yang memiliki orientasi seksual yang berbeda.

Menurut penelitian yang dilakukan, masyarakat sulit menerima homoseksualitas dan para informan mengungkapkan ketakutan mereka dalam membagikan konten yang berkaitan dengan pasangan sesama jenis di akun pribadi mereka. Mereka merasa bahwa topik homoseksualitas tidak bisa dibicarakan secara terbuka dengan siapa pun karena pengalaman pribadi mereka menghadapi reaksi negatif ketika membagikan konten atau topik seputar pasangan sesama jenis baik di dunia maya maupun di luar dunia maya. Hal ini terkait dengan faktor internal dan pengalaman pribadi mereka.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa informan secara umum memandang homoseksualitas sebagai perasaan atau keinginan emosional dan/atau seksual terhadap individu yang memiliki jenis kelamin yang sama. Sebagian besar informan (tiga dari empat) berpendapat bahwa homoseksualitas merujuk pada hubungan sesama jenis laki-laki dan perempuan. Sementara itu, informan lainnya, Yulinda, berpendapat bahwa homoseksualitas lebih cenderung merujuk pada hubungan sesama jenis laki-laki karena ia jarang mendengar kasus hubungan sesama jenis perempuan. Hal ini

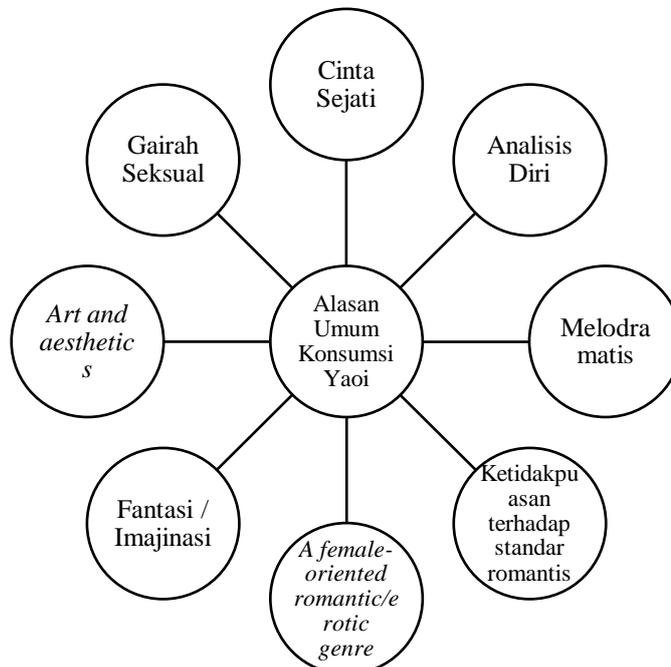
menunjukkan bahwa pengalaman pribadi memengaruhi persepsi Yulinda terhadap makna homoseksualitas.

Dalam penelitian ini, terlihat bahwa faktor personal atau fungsional sangat memengaruhi cara individu mempersepsikan homoseksualitas, yang meliputi latar belakang nilai-nilai budaya, agama, dan pengalaman individu. Di sisi lain, faktor situasional atau struktural dapat dilihat dari bagaimana informan memandang situasi yang dialami oleh pelaku atau pasangan homoseksual. Para penggemar BL mengakui bahwa mereka mengetahui tantangan yang dihadapi oleh individu homoseksual melalui tayangan BL yang mereka saksikan. Karena faktor struktural tersebut, keempat informan dalam penelitian ini tidak menunjukkan sikap menolak atau mencela kelompok homoseksual (Sianturi, dkk., 2021).

Pada penelitian sebelumnya ini menjelaskan mengenai pengaruh film BL terhadap persepsi para penggemar terhadap kasus homoseksual di Indonesia. Hasil dari penelitian ini sangatlah membantu penelitian yang sedang dilakukan dalam memahami persepsi perempuan *Fujoshi* terhadap kasus homoseksual di Indonesia. Penelitian ini bisa dikembangkan dengan menganalisis penerimaan para perempuan *Fujoshi* terhadap laki-laki yang memiliki orientasi homoseksual ke dalam kehidupan personal mereka seperti pernikahan.

3. Artikel jurnal Agnes Zsila, Dru Pagliassotti, Robert Urban, Gabor Orosz, Orsolya Kiraly, dan Zsolt Demetrovics (2018) berjudul *Loving the love of boys: Motives for consuming yaoi media*.

Artikel ini menganalisis motif atau alasan mengapa seseorang membaca media yang mengandung unsur BL/Yaoi dengan menggunakan *The Yaoi Consumption Motives Questionnaire* (YCMQ). Berikut adalah gambar hubungan antara general motif dengan indikator motif membaca media dengan unsur BL.



**Gambar 2.1. Sembilan Indikator Motif Peminatan Media Yang Mengandung Unsr BL (sumber: Zsila dkk., 2018)**

Dengan menggunakan sembilan Faktor motivasi, Kuesioner Motivasi Konsumsi Yaoi (YCMQ) memungkinkan pengidentifikasian, deskripsi, dan pengoperasian profil motivasi yang sangat komprehensif dari konsumen genre yaoi. Selain itu, YCMQ terbukti

memiliki kualitas psikometrik yang baik dalam hal struktur faktor, keandalan, dan keseragaman pengukuran.

Dalam keseluruhan, studi ini memberikan gambaran yang lebih rinci tentang alasan di balik konsumsi media yaoi dan menyediakan alat ukur yang lengkap dan multiFaktoronal untuk mengevaluasinya secara akurat. Namun, ada beberapa keterbatasan dalam studi ini yang perlu diperhatikan untuk penelitian selanjutnya. Pertama, sampel yang digunakan tidak mewakili seluruh populasi konsumen media yaoi sehingga hasil studi mungkin tidak dapat digeneralisasi ke seluruh penonton/pembaca yaoi. Selain itu, model ini dikembangkan terutama dalam konteks budaya Hongaria dan Amerika Serikat, sehingga mencerminkan nilai dan perilaku yang khas bagi budaya-budaya tersebut. Oleh karena itu, para peneliti di negara lain sebaiknya memperluas model ini dan mempertimbangkan motivasi yang mungkin tidak tercakup dalam model ini pada tahap pengembangan awal (Zsila dkk., 2018).

Pada penelitian ini, terdapat Sembilan Faktor yang digunakan dalam mengukur alasan seorang individu dalam membaca media yang mengandung unsur BL/Yaoi. Penelitian ini sangat membantu dalam memberikan pemahaman dasar mengenai dasar dari ketertarikan suatu individu terhadap genre BL/Yaoi. Faktor ini bisa menjadi dasar dalam persepsi perempuan *Fujoshi* terhadap karakter pasangan hidup dan peran gender dalam pernikahan. Perbedaan dari

penelitian ini adalah jenis responden yang terdiri atas laki-laki dan perempuan yang memiliki berbagai macam orientasi seksual.

4. Artikel jurnal Hiromi Tanaka dan Saori Ishida (2015) berjudul *Enjoying Manga as Fujoshi: Exploring its Innovation and Potential for Social Change from a Gender Perspective*.

Melalui artikel ini, peneliti sebelumnya berhasil mengidentifikasi tiga aspek penting yang menjelaskan cara *Fujoshi* menikmati manga, yaitu kesenangan yang sangat penting, kurangnya kecenderungan membaca manga dengan sudut pandang yang berlawanan, serta proses dan praktik diferensiasi sosial yang terjadi di dalam komunitas *Fujoshi* maupun antara komunitas *Fujoshi* dengan masyarakat di luar komunitas mereka. Para informan kami tertarik dengan cara *Fujoshi* menikmati manga karena dua alasan. Pertama, pembacaan Yaoi membantu mereka membuka jalan baru dalam menikmati manga. Cara membaca konvensional yang tidak mengandung unsur BL terlihat statis bagi mereka. Dengan pembacaan Yaoi, mereka belajar cara yang berbeda dalam mengembangkan fantasi dan kreativitas mereka. Kedua, mereka dalam pertukaran saling memberi dan membangun persahabatan dengan *Fujoshi* lainnya. Fakta bahwa mereka berbagi hobi yang tidak mudah dipahami oleh orang non-*Fujoshi*, meningkatkan intensitas interaksi mereka.

Dalam penelitian ini, penelitian sebelumnya menemukan bahwa *Fujoshi* yang juga sekaligus seniman amatir merasa termotivasi secara positif dalam membuat karya-karya mereka sendiri. Mereka memasukkan usaha yang besar dalam proses produksi karya-karya tersebut. Dari wawancara dengan informan yang merupakan seniman *Fujoshi*, mereka mengungkapkan bahwa mereka merasa meraih pencapaian ketika melihat hasil kerja keras mereka berhasil. Berdasarkan Tanaka dan Ishida (2015), ada dua hal penting yang dapat diperoleh dari penelitian ini, antara lain:

- a. Dalam komunitas *Fujoshi*, meskipun bersatu namun terdapat perpecahan. Mereka cenderung menjadi kelompok eksklusif dan kadang-kadang menyembunyikan diri dari orang luar. Proses dan praktik diferensiasi antara *Fujoshi* dan orang yang bukan *Fujoshi* dari luar komunitas memperkuat kesatuan internal dalam komunitas tersebut. Namun, hal ini juga bisa memperkuat perasaan mereka sebagai kelompok yang aneh dan terpinggirkan dalam masyarakat. Selain itu, perbedaan internal di antara anggota *Fujoshi* bisa menjadi masalah karena dapat menyebabkan konflik atau persaingan di antara mereka. Perbedaan internal di antara perempuan juga telah menjadi isu penting dalam studi gender. Jika komunitas *Fujoshi* semakin memperkuat orientasi mereka untuk membentuk kelompok yang tertutup dan persaingan internal semakin memburuk, maka

perasaan merendahkan diri mereka bisa menjadi semakin intens. Oleh karena itu, kami berpendapat bahwa apakah *Fujoshi* akan terus menikmati membaca dan membuat manga tergantung pada bagaimana mereka mengatasi ketidakjelasan ini.

- b. Para *Fujoshi* dalam membaca manga terlihat memiliki sifat konservatif dan inovatif sekaligus. Inovasi mereka terletak pada kemampuan mereka dalam mengembangkan kerangka interpretasi dari karya asli, sehingga membuka tingkat interpretasi baru dari cerita asli tersebut. Namun, meskipun demikian, *Fujoshi* tidak selalu menantang citra gender dan pesan yang terkandung dalam karya asli tersebut. Bahkan dalam parodi mereka, kode heteronormatif seksualitas juga sering digunakan. Sebagai contoh, hubungan homoseksual pria cenderung terbentuk antara orang yang agresif dan orang yang menerima atau target dari orang yang agresif tersebut, di mana orang yang menerima sering dikonseptualisasikan sebagai karakter dengan penampilan dan kepribadian yang terlihat lebih "feminin" (seperti mudah emosional, cemburu, pandai memasak, dll.). Praktik semacam ini justru mereproduksi ketertiban gender yang ada dalam manga, bukan menentangnya. Mengubah praktik semacam ini mungkin sulit, karena penelitian kami menunjukkan bahwa kemungkinan besar sebagian besar *Fujoshi* menginternalisasi norma sosial mainstream.

Pada penelitian ini membaca manga memberikan hasil yang bisa menjadi dasar penelitian yang akan dilakukan. Perempuan *Fujoshi* walaupun memiliki ketertarikan yang berbeda namun bukan berarti mereka melawan status gender dalam lingkungan sosial mereka. Mereka melihat

5. Artikel jurnal Patrick W. Galbraith (2011) berjudul *Fujoshi: Fantasy Play and Transgressive Intimacy among "Rotten Girls" in Contemporary Japan*.

Artikel ini membahas mengenai bagaimana Yaoi menjadi sarana atau media dalam menyebarkan *moe*. *Moe* merujuk pada respon terhadap karakter fiksi atau representasi mereka dalam dunia maya, dan bukan pada orang yang nyata. Respon ini terjadi sebelum terbentuknya subjek atau posisi pandangan yang jelas. *Moe* menjadi tujuan dalam produksi, konsumsi, dan berbagi karya yaoi. Melalui fokus pada *moe*, kita dapat melihat cara *Fujoshi* menggunakan yaoi untuk menghasilkan dan berbagi pengaruh emosional. Meskipun menjadi aspek paling penting, *moe* juga menjadi hal yang sulit dipahami dalam aktivitas *Fujoshi*. Seluruh informan yang diwawancarai menolak memberikan definisi konsep *moe* secara formal, dan menggambarkannya sebagai sesuatu yang hanya bisa dipahami secara sebagian dan dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh setiap orang.

Menurut mereka, yang membedakan *Fujoshi* adalah minat pada *yaoi* dan rasa *moe*. Informan menggunakan istilah "normal" (*ippanjin*) untuk non-*Fujoshi*, dan menggambarkan mereka sebagai wanita yang "tidak banyak bermimpi dan puas dengan kehidupan nyata" (*yume nashi, kanketsu ari*). Terdapat juga istilah "riaju" yang sering digunakan sebagai penghinaan kepada non-*Fujoshi* yang artinya "memiliki kehidupan yang memuaskan di dunia nyata". Sachiko menjelaskan, "Gadis normal tidak memiliki *moe*, sehingga cinta adalah *moe*-nya. *Fujoshi* tidak pernah bisa puas karena *moe* sepenuhnya terpisah dari cinta. Ini adalah fantasi." *Fujoshi* menggambarkan "filter busuk" mereka, yang menyaring potensi roman heteronormatif dalam fantasi mereka. Fantasi ini memberikan fenomena yang berbeda dari kehidupan sehari-hari mereka, seperti yang terlihat dari pengalaman mereka mengejar *moe* bahkan ketika mereka sudah memiliki pacar atau suami, dan kadang-kadang membayangkan pasangan mereka dalam hubungan dengan pria lain.

Ketika *Fujoshi* berkumpul, mereka sering melakukan yang disebut sebagai *moebanashi*, yaitu percakapan tentang *moe*. Melalui komunikasi ini, para peserta sementara waktu dapat merasakan kesadaran yang lebih luas karena mereka dapat mengakses imajinasi bersama dan melebihi batasan pribadi. Ini adalah bentuk dari komunikasi *neta*. *Moe* bukan hanya sekadar *neta*, namun terkait dengan ekspresi pribadi dan intim. Saat berbagi ruang khayalan,

*Fujoshi* dapat menciptakan kedekatan transgresif di antara sesama dan membentuk kembali pengalaman sehari-hari, sehingga membuka potensi kedekatan yang tersembunyi dan terpisah dari kehidupan sehari-hari. Penulis telah mengusulkan bahwa kedekatan transgresif ini, yang dapat diperluas melalui interaksi kelompok, tampaknya lebih mudah dijangkau bagi wanita muda dan mungkin menjadi kurang menarik atau sulit dijangkau ketika seseorang memiliki tanggung jawab di tempat kerja atau di rumah, yang cenderung menguras waktu dan energy (Galbraith, 2011).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Galbraith, dijelaskan bahwa bagaimana yaoi menjadi media bagi perempuan *Fujoshi* dalam memuaskan fantasi mereka dalam berhubungan yang tidak dapat terjadi di dunia nyata. Perempuan *Fujoshi* menjadikan media BL atau Yaoi menjadi sarana untuk menghilang dari dunia nyata dan memiliki kebebasan dalam membuat cerita sesuai dengan karakter dan cerita yang diimajinasikan. Penelitian sebelumnya ini menjadi dasar juga dalam mengkaji persepsi pasangan dari perempuan *Fujoshi*.

## **B. Tinjauan Konsep**

### **1. *Academic Fandom* di Kalangan *Fujoshi***

Menurut Baym (2007), fandom atau Fan Kingdom adalah kelompok orang yang terorganisir secara sosial berdasarkan kesamaan apresiasi mereka terhadap suatu objek budaya populer atau hal lainnya.

Objek tersebut dapat berupa berbagai macam hal seperti musik, tayangan televisi, film, karya sastra, olahraga, dan lain sebagainya. Selain menjadi konsumen atau penikmat budaya populer, para penggemar juga aktif dalam membangun makna dari apa yang mereka konsumsi melalui aktivitas "meaning making" yaitu mengambil pesan dari media dan memilah atau mengambilnya secara penuh ke dalam pengalaman dan perasaan mereka. McHarry dan Pagliossotti (2010) menambahkan bahwa internet juga memberikan kesempatan bagi pencipta maupun penggemar untuk menyebarkan dan menikmati konten BL secara diam-diam (McCudden, 2011).

Dalam bidang akademik secara umum, studi penggemar masih dianggap sebagai disiplin yang kurang penting dan editor mengungkapkan kekhawatiran mereka tentang hal ini dalam judul Pengantar yang berjudul "Mengapa Mempelajari Penggemar?". Dalam mengemukakan pertanyaan tentang pentingnya studi penggemar, Gray, Sandvoss, dan Harrington dalam review jurnal yang dilakukan oleh Kellner dan Coletta-VanDeraa (2008) menegaskan Berbagai penelitian tentang para penggemar budaya populer membantu kita untuk memahami dan menghadapi tantangan yang tidak hanya terbatas pada ranah pop culture, karena penelitian tersebut memberikan informasi tentang cara kita berinteraksi dengan orang-orang di sekitar kita, serta cara kita membaca teks-media yang semakin dominan dalam pengalaman hidup kita.

Studi tentang penggemar dalam berbagai pendekatan dan konteks memfokuskan pada tiga "gelombang" yang berbeda sejak 1980-an dan menjelaskan konteks studi penggemar. Gelombang pertama dari studi penggemar, yang terinspirasi oleh gagasan Michel de Certeau tentang taktik orang yang tidak berdaya dan penekanan John Fiske pada pembacaan yang resisten dan konstruksi populer dari bawah ke atas, memusatkan perhatian pada taktik bergaya gerilya audiens dalam membangun makna, komunitas penggemar, dan dengan demikian memberikan perlawanan subkultural terhadap budaya dominan. Ini adalah fase yang menyatakan "penggemar itu indah" atau "penggemar itu keren." Fase awal studi penggemar ini bertujuan untuk mengambil praktik dan status yang seringkali dianggap merendahkan dan mengubahnya menjadi positif. Ini adalah intervensi politik yang bertujuan untuk mendukung taktik audiens dalam menghindari ideologi dominan serta membela komunitas penggemar dari ejekan di media massa dan oleh orang-orang yang bukan penggemar.

Gelombang kedua merupakan respons terhadap berkembangnya media baru dan budaya penggemar baru pada tahun 1990-an di mana komunitas penggemar bertambah banyak, terutama karena adanya Internet. Studi penggemar pada fase ini lebih menekankan pada aspek sosiologis yang membedakan komunitas penggemar ke dalam hierarki selera yang tersegmentasi, dengan menggunakan konsep Bourdieu. Di samping itu, para sarjana pada fase

ini banyak memfokuskan diri pada konstruksi identitas penggemar melalui keterlibatan mereka dalam komunitas penggemar. Pada gelombang kedua studi penggemar ini, politisi, selebritas, dan orang biasa membantu menentukan identitas mereka dengan mengidentifikasi diri mereka dengan objek penggemar, sehingga fandom tampak lebih positif di industri budaya yang mengembangkan komunitas penggemar mereka dalam pasar yang sangat kompetitif.

Sebuah fase ketiga dalam studi penggemar telah muncul, di mana buku mereka melibatkan partisipasi, di mana studi tentang penggemar dan objek penggemar diperluas dari melihat selera dan partisipasi individu serta pemeriksaan objek penggemar, di mana studi penggemar "bermaksud untuk menggambarkan pemahaman mendasar tentang kehidupan modern". Kontributor Fandom sering mengejar agenda yang lebih luas ini, dan karya-karya yang dipilih mengungkapkan ekspansi penggemar dan fandom untuk mencakup seluruh penggemar (Gray, Sandvoss, and Harrington, 2007).

Fandom saat ini sudah masuk kedalam fase ketiga dimana para penggemar memiliki kekuatan dalam menentukan alur cerita dan karakter dalam suatu cerita atau mengarahkan perusahaan hiburan untuk memenuhi kebutuhan mereka secara individu. Hal ini juga akan sangat berkaitan dengan bagaimana fandom mempengaruhi peningkatan saham perusahaan melalui pembelian berbagai macam barang yang telah diiklankan oleh para artis atau orang yang bekerja di dunia

hiburan. Jika dilihat dari fandom *Fujoshi*, banyak dari mereka yang mampu membuat karya seni, cerita novel dan film pendek untuk memenuhi kepuasan mereka dalam berfantasi. Perusahaan – perusahaan besar dalam dunia hiburan di beberapa negara pun sudah mulai berfokus pada genre BL yang memiliki minat dan keuntungan yang lebih besar.

Industri hiburan Thailand telah meningkatkan produksi karya *Boys' love* (BL) dalam beberapa tahun terakhir. Seorang profesor sastra dari Universitas Kasetsart Bangkok bernama Natthanai Prassanam mengatakan dalam sebuah artikel di Vice.com bahwa genre tersebut mulai populer di Thailand sejak tahun 2014. Di Indonesia sendiri, penggemar BL sudah mulai berkembang pesat pada tahun 2020 semenjak pandemi COVID-19 mulai menyebar. Hal ini dikarenakan peningkatan penggunaan internet meningkat pesat disertai munculnya berbagai media sosial baru seperti tiktok yang mampu memperkenalkan dan menyebarkan pop culture dengan mudah.

Setiap individu/perempuan yang mengidentifikasi diri sebagai *Fujoshi* memiliki fantasi yang berbeda dengan perempuan normal, istilah yang mengubah kata wanita dalam bahasa Jepang menjadi homonim yang berarti gadis yang tercela. *Fujoshi* dianggap tercela karena mereka sangat antusias terhadap yaoi, sebuah genre karya penggemar yang biasanya berupa fiksi dan seni, terutama dalam bentuk manga. Yaoi ini menempatkan karakter laki-laki yang sudah ada dari anime, manga, dan

video game komersial ke dalam hubungan romantis yang tidak dimaksudkan, mirip dengan fiksi "slash" di luar Jepang (Galbarith, 2011).

Sebuah fandom khususnya dalam fandom BL memiliki keberagaman latar belakang seperti pendidikan, usia, gender dan factor sosial lainnya. Fandom ini ada yang bersifat inklusif adapula yang bersifat eksklusif terhadap keberadaan mereka di lingkungan sosial. Selain keterbukaan, persepsi akan kebutuhan mereka sebagai penggemar BL pun berbeda-beda. Fandom dianggap memiliki nilai ekonomi dan promosi yang semakin meningkat, namun di sisi lain, mereka rentan terhadap eksploitasi kreativitas dan memunculkan komunitas yang terpecah belah (Coppa, 2014). Hal ini juga sangat berkaitan dengan bagaimana fandom memengaruhi peningkatan saham perusahaan melalui pembelian berbagai barang yang diiklankan oleh artis. Para artis juga berperan dalam memicu reaksi emosional dalam media di sekitar kita (Cinque, 2019). Banyak fandom *Fujoshi* mampu menciptakan karya seni, cerita novel, dan film pendek untuk memenuhi kebutuhan fantasi mereka, dan bagi mereka, hal ini lebih dari sekadar sesuatu yang menyenangkan (Roach, 2014). Hal ini merujuk pada definisi aca-fans itu sendiri. Cristofari dan Guitton (2016) mengembangkan penelitian mengenai penggemar yang terbagi atas dua yakni aca-fans dan fan dalam komunitas itu sendiri.

Aca-fans merupakan istilah yang mengacu pada penggemar akademis, yaitu mereka yang menyukai suatu media franchise atau

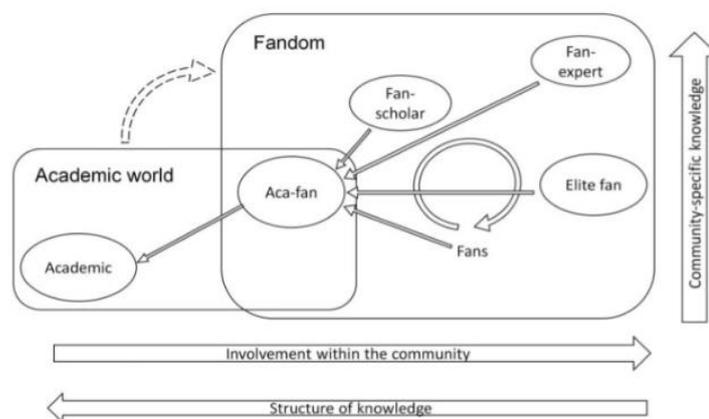
genre tertentu dan juga terlibat dalam penelitian atau analisis akademis terkait media tersebut. Aca-fans cenderung tertarik untuk mempelajari pengaruh budaya dan sosial dari media tersebut serta bagaimana media tersebut diterima dalam budaya populer. Selain itu, mereka juga dapat menulis fanfiksi, membuat seni fan, atau bergabung dalam komunitas penggemar sambil tetap menganalisis media yang mereka nikmati melalui sudut pandang akademis. Aca-fans merupakan bagian yang penting dari budaya penggemar dan telah memberikan sumbangan yang berharga dalam studi media dan budaya populer.

Meskipun begitu, sering kali pertimbangan teoritis dan konseptual mengabaikan bagaimana aca-fan bekerja secara praktis. Tempat aca-fan dalam membangun pengetahuan sehubungan dengan komunitas penggemar, hubungan mereka dengan penggemar lain, serta implikasi metodologis dan praktis dari posisi aca-fan sering kali kurang mendapat perhatian, meskipun hal ini penting bagi mereka yang mempelajari komunitas penggemar. Meskipun terdengar hanya teoretis, pertanyaan-pertanyaan ini sebenarnya memiliki dampak praktis yang signifikan.

Aca-fans merupakan sumber utama penelitian akademis tentang penggemar dan komunitas penggemar, dan itu merupakan tautan operatif antara sebagian besar populasi konsumen dan pengambil keputusan. Dalam sudut pandang pemasaran, aca-fans juga termasuk dalam kelompok demografi konsumen yang sedang dipelajari. Oleh

karena itu, tujuan artikel ini adalah untuk menetapkan kerangka kerja operatif untuk mempelajari komunitas penggemar oleh aca-fan, dan menjelaskan implikasi praktis dan etis dari posisi aca-fan (Cristofari dan Guitton, 2016).

Fandom BL juga memiliki aca-fans yang mampu memberikan pengetahuan terhadap komunitas mereka. Mengapa aca-fans sangat penting dalam penelitian ini? Hal ini dikarenakan fandom BL banyak yang masih berusia muda dan hanya mengikuti trend saja tanpa mengetahui apa arti dari *Fujoshi* itu sendiri. Aca-fans mampu memberikan pandangan yang lebih jelas dan tidak mudah termakan oleh isu-isu diluar dari komunitas itu sendiri. Aca-fans mampu memberikan informasi yang lebih dalam yang kemudian dijadikan sebagai dasar pengetahuan para *Fujoshi*.



**Gambar 2.2 Posisi aca-fans dalam mentransmisi sebuah informasi (sumber: Cristofari dan Guitton, 2016)**

Terdapat perbedaan signifikan antara penggemar dan akademisi dalam hal tingkat keterlibatan mereka dalam komunitas penggemar serta struktur pengetahuan yang dimiliki (misalnya kerangka teoretis dan

konsep). Akademisi yang tidak termasuk ke dalam kelompok aca-fan biasanya memiliki keterlibatan yang sedikit atau bahkan tidak sama sekali dengan komunitas dalam menjalankan pekerjaan mereka. Aca-fan lebih terlibat dengan komunitas, meskipun penelitian akademis dapat menghalangi keterlibatan yang sepenuhnya, terutama untuk alasan material (setiap waktu yang diinvestasikan untuk memahami teori akademis tidak bisa digunakan untuk berinteraksi dengan komunitas). Berikut adalah responden yang diharapkan dalam penelitian ini mengenai perempuan *Fujoshi*.

**Tabel 2.1 Karakteristik responden perempuan *Fujoshi***

<b>Aca-fans</b>
Perempuan <i>Fujoshi</i> berusia minimal 18 tahun dan aktif menggunakan media sosial, seperti <i>Twitter</i> , <i>Instagram</i> , <i>Youtube</i> , <i>wattpad</i> dan <i>Tiktok</i> (atau salah satunya)
Sudah menjadi <i>Fujoshi</i> minimal selama 1 tahun.
Memiliki ketertarikan mengenai sejarah, budaya dan konten sosial yang berhubungan dengan <i>Boys' love</i> dan komunitas <i>Fujoshi</i> .
Mampu menganalisis konten <i>boys'love</i> dan berpartisipasi dalam diskusi atau debat mengenai konten di media sosial.
Melakukan perbandingan antara konten <i>Boys' love</i> dengan studi keilmuan yang saling berhubungan.
memiliki koneksi dengan komunitas yang lebih luas di sosial media, seperti <i>Twitter</i> , <i>Instagram</i> , <i>Youtube</i> , <i>wattpad</i> dan <i>Tiktok</i> (atau salah satunya)
Mampu membuat karya yang mengandung unsur <i>Boys' love</i> baik itu dalam bentuk gambar, video, dan cerita pendek.

Sumber: Dokumen pribadi

## 2. Konten *Boys' love* di Media sosial

Hampir 2.5 miliar orang saat ini telah menggunakan media sosial sebagai salah satu aktifitas keseharian mereka. Perkembangan penggunaan media sosial telah menyediakan berbagai macam *platform* bagi penggunanya, seperti menjadi media penyedia berita, sebagai alat komunikasi dengan teman secara online, dan sebagai tempat untuk jual beli barang dan makanan. *Influencer* menjadi bagian penting dalam perkembangan penggunaan media sosial. Pemasaran produk dilakukan oleh para *influencer*, dimana perbelanjaan secara online pun meningkat.

Konten *Boys' love* pun juga menjadi mulai banyak menyebar di berbagai media sosial. Hal ini dikarenakan *Boys' love* mampu menarik perhatian beberapa pengguna media sosial, khususnya perempuan *Fujoshi*. Konten *Boys' love* juga telah menjadi salah satu cara dalam memasarkan produk atau menarik perhatian perempuan dalam mengangkat sebuah isu. Hal ini menyebabkan banyaknya diskusi yang terjadi di berbagai media sosial mengenai *Boys' love* dan hal ini jugalah yang membuat banyak perusahaan menggunakan konten *Boys' love* sebagai jalan pemasaran mereka.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Kallur (2018) yang menganalisis pengaruh postingan yang mengandung unsur *Boys' love* memberikan ketertarikan terhadap pengguna media sosial, dimana jumlah suka dan komen jauh lebih banyak pada postingan *Boys' love*. Namun Kallur juga menjelaskan bahwa postingan *Boys' love* tetap

memiliki reaksi positif dan negatif. Jika dihubungkan dengan penelitian ini, konten *Boys' love* mampu memberikan pandangan terhadap para pengguna media sosial dalam melihat peran gender dalam suatu hubungan dan menjadi bahan diskusi dan debat bagi para pengguna di media sosial.

Perempuan *Fujoshi* memiliki alasan dan tujuan dalam mengonsumsi konten *Boys' love* melalui media sosial. Berikut adalah dua hal yang menjadi hal utama dalam konsumsi konten *Boys' love*.

a. *Slash*

Dalam memahami peran gender perempuan *Fujoshi*, maka dapat dilihat peran pemain dalam manga Yaoi atau film BL yang dibuat oleh para *Fujoshi* itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari perempuan *Fujoshi* yang mampu membuat komik atau karya seni yang mengandung unsur BL, disebut sebagai "*slash*". "*Slash*" adalah genre fan fiction yang umumnya melibatkan hubungan romantis atau seksual antara karakter sesama jenis, seringkali dari media populer tanpa ada unsur keuntungan sama sekali. Saito (2011) menjelaskan bahwa itu, *slash* menjadi sarana atau karya bagi para *Fujoshi* dalam memperlihatkan hubungan yang ideal, penekanan pada kesetaraan, dan bentuk penolakan terhadap hubungan patriarki.

Berdasarkan artikel yang diterbitkan oleh Saito K (2011) berjudul *Desire in Subtext: Gender, Fandom, and Women's Male-Male Homoerotic Parodies in Contemporary Japan*, Terdapat hal

unik bagaimana slash mengembangkan cerita BL dan karakter dalam cerita tersebut. Karakter yang berperan dalam cerita adalah karakter yang menunjukkan sifat homophobia. Berdasarkan penelitian ini, perempuan *Fujoshi* tidak memperlihatkan fokus pada satu gender saja (laki-laki) atau berfokus pada cerita *same-sex* saja, namun perempuan *Fujoshi* mengembangkan cerita *Boys' love* ini sesuai dengan kondisi yang ada di sekitar mereka. Dalam penelitian yang dikembangkan oleh Saito (2011), gender menjadi komponen penting dalam konten *Boys' love*. Hal ini dikarenakan perempuan *Fujoshi* mempertanyakan dan menantang posisi perempuan dalam hubungan yang lebih rendah dibandingkan laki-laki, sehingga *Slash* menjadi sarana bagi mereka dalam mengekspresikan penolakan tersebut dengan tetap mempertahankan dan mengadaptasi peran gender ke dalam cerita *Boys' love*.

Menurut Saito K (2011), Paradoks "heteroseksualitas homoseksual" terkait dengan peran identitas yang diterapkan pada kedua karakter. Meskipun terdapat sikap saling peduli dan kompetitif antara karakter, peran mereka tetap terkait dengan maskulinitas dan feminitas dalam adegan seks. Dalam cerita BL, hubungan cinta tidak terjadi antara subjek dan objek, melainkan antara subjek yang mencintai dan subjek yang dicintai, dan keduanya mewakili posisi subjek yang berbeda bagi pembaca perempuan. Terdapat juga homofobia dalam beberapa cerita BL, baik yang asli maupun yang

parodi, di mana karakter laki-laki kadang-kadang menunjukkan homofobia. Hal yang tidak jarang terjadi dalam cerita BL adalah karakter yang mengakui perasaan cintanya dengan menggunakan klise "Saya bukan gay, saya hanya mencintai [...]".

Beberapa fungsi penting dalam naratif BL mengandung unsur homofobik dan/atau misoginis. Dalam dunia cerita romantis, karakter-karakter dihadapkan pada rintangan dalam mengungkapkan cinta mereka karena adanya stigma homoseksualitas. Namun, ketika mereka berhasil mengatasi stigma tersebut, hal ini membuktikan bahwa cinta mereka lebih tulus dan murni daripada pasangan heteroseksual atau pria gay. Keistimewaan cinta ini juga didukung oleh kesusilaan seksual dari karakter fiksi asli, yang memfokuskan diri pada pekerjaan mereka tanpa menunjukkan minat yang besar pada hubungan romantis.

Dalam lingkungan ini, para penggemar wanita dari romansa sesama jenis tidak berusaha untuk mengubah norma-norma gender, melainkan berusaha untuk membuat bentuk-bentuk cinta yang baik dengan memanfaatkan bahan-bahan yang telah ada dalam masyarakat heteronormatif mereka. Pendapat ini membawa kita pada titik berikutnya, yakni hubungan yang setara berdasarkan peran gender yang konvensional. Dalam banyak parodi BL, kisah dua karakter laki-laki yang awalnya digambarkan dalam persaingan atau perang kekuasaan, diubah menjadi kisah cinta yang dibangun

berdasarkan kemampuan dan persaingan yang jujur, sehingga memberikan kesan kesetaraan dan simpati. Namun, peran seksual dan domestik mereka sering kali dibangun dengan karakteristik yang maskulin dan feminin, dan peran-peran ini sulit untuk dibalikkan dalam dunia cerita yang sama.

b. *Moe*

Mengapa karakter dalam cerita penting untuk diamati hubungannya dalam peran gender? Dikarenakan karakter yang ada dalam cerita adalah hasil fantasi oleh perempuan untuk perempuan. Hal yang perlu diketahui bahwa komik dan/atau film bergenre BL dominan dibuat oleh perempuan dan untuk perempuan. Namun perlu juga ditekankan bahwa tidak semua perempuan *Fujoshi* menyukai fiksi penggemar pada tingkat *slash*, ada juga yang hanya menginginkan *moe* dari karakter BL, artinya tidak semua perempuan *Fujoshi* menikmati keerotisan hubungan sesama jenis. Namun, ada juga yang menikmati dari penekanan karakter itu sendiri (*moe*).

"*Moe*", di sisi lain, adalah genre fan fiction yang lebih terkait dengan gambar anime atau manga. Istilah "*Moe*" berasal dari kata bahasa Jepang yang berarti "rasa sayang" atau "penyayang", dan cerita "*moe*" seringkali menampilkan karakter perempuan muda yang imut atau menggemaskan. Cerita "*moe*" seringkali berfokus pada karakterisasi dan interaksi antara karakter-karakter tersebut, meskipun tidak selalu melibatkan unsur romantis atau seksual.

Berdasarkan Galbraith (2011) Para informan merujuk pada sebuah kamus yang mereka sebut "kamus *moe*" (*moe jisho*) atau dasar literasi sebagai *Fujoshi*. Melalui kamus atau basis data ini, mereka dapat mengenali kemungkinan hubungan antara karakter. Jika *Fujoshi* mengungkapkan hubungan intim transgresif dan memasangkan karakter-karakter bersama, maka hubungan tersebut disebut sebagai "coupling" karakter (*kappuringu*). Setiap karakter dalam pasangan tersebut diidentifikasi sebagai "top" (*seme*) atau "bottom" (*uke*).

Kata "Top" mengacu pada kepribadian yang dominan dan memiliki beberapa jenis seperti narsisistik, kejam, lelah, lebih muda, lurus, dan pecundang. Sementara itu, kata "Bottom" merujuk pada kepribadian yang tunduk, biasanya diberikan kepada tokoh protagonis dalam cerita, dan seringkali digambarkan sebagai sosok feminin dengan jenis seperti yang menggoda, tua, keren, narsisistik, berotot, patut dipuji, jahil, ratu, dan putri. Semua karakter top atau bottom dalam cerita merupakan konstruksi dari sifat karakter dan perilaku yang ditentukan, dan *Fujoshi* dapat mengidentifikasi dan memberikan respon sesuai dengan kamus *moe*-nya. Setelah top dan bottom dipilih, karakter-karakter tersebut dimasukkan ke dalam suatu hubungan, yang dapat melambangkan beberapa kemungkinan seperti persahabatan, saling tarik, atau dominasi, bahkan hingga

hubungan yang lebih rumit seperti cinta yang rumit dan tak terucapkan atau cinta tak berbalas.

Berdasarkan ciri-ciri dari dua karakter tersebut dapat dianalisis sikap keterbukaan perempuan *Fujoshi* terhadap laki-laki yang bersifat feminisme atau sesuai dengan karakteristik dari Bottom, dimana laki-laki dapat dikategorikan ke dalam masculinity-femininity yang akan dilihat pada tinjauan teori mengenai maskulinitas dan feminitias. Melalui penelitian yang dilakukan oleh Galbraith, karakteristik pasangan juga dapat menjadi variabel dalam hubungan peran gender dan kepuasan pernikahan.

"Slash" dan "Moe" adalah dua genre yang berbeda dalam dunia fan fiction. Genre fan fiction yang disebut "Slash" biasanya melibatkan karakter sesama jenis dari media populer seperti film, buku, atau televisi dalam hubungan romantis atau seksual. Cerita "slash" umumnya menekankan pada dinamika hubungan antara karakter tersebut, dan seringkali mencoba mengeksplorasi aspek-aspek dari kepribadian atau latar belakang karakter yang tidak terungkap dalam cerita aslinya. Hal ini dapat dilihat dari para fandom salah satu film china berjudul "*the untamed*". Banyak fandom mencari kehidupan pemain atau aktor dalam kehidupan nyata yang memperlihatkan kemesraan bersama. Bahkan banyak para fandom menganggap bahwa kedua aktor tersebut telah berpacaran di kehidupan nyata. Hal ini juga dilihat dari pemain BL Thailand yang selalu dengan sengaja memperlihatkan keromantisan di

depan para fandom mereka untuk memenuhi fantasi para fandomnya. Keromantisan yang diperlihatkan bisa secara langsung dan bisa juga melalui media sosial.

Media sosial menjadi media yang sangat berperan dalam para *Fujoshi* menjangkau tujuan dalam konsumsi konten *Boys' love*. Banyak media sosial sekarang ini digunakan sebagai alat untuk berbagi cerita dan pandangan mengenai konten *Boys' love* dan tidak sedikit juga perusahaan dan influencer membagikan postingan yang mengandung unsur *Boys' love* di akun media sosial mereka. Berikut adalah beberapa media sosial yang menjadi bagian dari penelitian ini sebagai berikut.

a. Twitter

Twitter telah menjadi sorotan sebagai media baru dalam layanan microblogging karena beberapa kejadian penting. Di Twitter, pengguna dapat mengikuti dan diikuti oleh orang lain tanpa harus saling mengikuti satu sama lain. Berbeda dengan situs jejaring sosial lain seperti Facebook atau MySpace, hubungan pengikut dan diikuti tidak memerlukan reciprocation. Sebagai pengikut di Twitter, pengguna akan menerima semua pesan (atau tweet) dari orang-orang yang mereka ikuti (Kwak, dkk., 2010).

Twitter telah menjadi media yang menjadi tempat perempuan *Fujoshi* dalam berbagi cerita dan karya yang mengandung unsur *Boys' love*. Twitter juga telah menjadi tempat perempuan *Fujoshi* dalam mengekspresikan identitas mereka sebagai penikmat *Boys'*

*love*. Diskusi dan debat juga sering terlihat di media sosial ini, dimana banyak para penggemar *Boys' love* menganalisis secara bersama dan online mengenai karya dan cerita *Boys' love*. Mereka juga sering melakukan kritikan atas ketidakpuasan mereka terhadap suatu cerita atau karakter dalam konten *Boys' love*.

Media sosial twitter menyediakan berbagai fitur yang memudahkan para perempuan *Fujoshi* saling terhubung satu sama lainnya. Mereka pun dapat dengan mudah menikmati video, cerita, dan gambar yang mengandung unsur *Boys' love* yang merupakan hasil karya dari perempuan *Fujoshi* itu sendiri. Media ini juga sering memperlihatkan trending topik, khususnya di Indonesia, mengandung unsur *Boys' love*. Hal ini terjadi semenjak masa pandemi COVID-19 telah mulai di tahun 2020.

b. Instagram

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat karena memberikan pengguna kesempatan untuk berbagi konten dalam bentuk foto dan video. Di Instagram, pengguna dapat saling berinteraksi dengan cara melihat, menyukai, dan memberikan komentar pada postingan pengguna lain. Atmoko (2012) dalam penelitian yang dilakukan oleh Lauren pada tahun 2022 mengenai analisis penggunaan media Instagram sebagai media publikasi, menjelaskan bahwa Walaupun Instagram terkenal sebagai layanan untuk berbagi foto atau video (photo sharing),

namun fitur-fitur di dalam aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam sebuah jaringan sosial dengan cara mengikuti, menyukai, mengomentari, dan menyebutkan pengguna lain. Oleh karena itu, Instagram dapat dianggap sebagai sebuah jaringan sosial. Berdasarkan laporan We Are Social yang berjudul Digital 2020 dalam Lauren (2022): Indonesia, dapat dilihat bahwa Instagram menempati peringkat keempat sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan total jumlah pengguna mencapai 63 juta orang.

Instagram telah menjadi media bagi para perempuan *Fujoshi* dalam membagikan karya mereka dengan membuat akun penggemar atau membagikan karya seni dalam bentuk gambar atau video. Instagram juga menjadi tempat perempuan *Fujoshi* untuk melihat kegiatan dan foto dari para artis yang mereka idolakan. Oleh karena itu, Instagram menjadi media yang digunakan oleh perempuan *Fujoshi* dalam mengekspresikan diri mereka.

#### c. Tiktok

Tiktok merupakan media sosial yang paling banyak digunakan saat ini juga. Media sosial Tiktok mampu memberikan pengaruh terhadap sudut pandang seseorang mengenai isu yang dibahas, bahkan semenjak munculnya aplikasi ini masyarakat sudah mulai tertarik dengan hal-hal yang paling sering dibagikan oleh para pengguna akun Tiktok yang disebut dengan kata "viral". Kategori-

kategori konten di TikTok yang populer di Indonesia sangat beragam, dan di antaranya kategori humor adalah yang paling banyak diminati, diikuti oleh vlog, perjalanan, mode, dan kecantikan. Ada juga beberapa kategori lain seperti menari sambil menyanyi dengan lip sync, memasak, dan tantangan untuk menyelesaikan suatu tugas. Para pengguna wanita dianggap loyal terhadap TikTok dan platform tersebut memberikan banyak ruang bagi mereka untuk berekspresi. Terdapat banyak tantangan yang menampilkan perempuan sebagai objek. Saat ini, terdapat banyak tren tantangan yang berbeda di TikTok, dimana pengguna dapat menunjukkan keberadaan mereka dan memiliki kesempatan untuk mendapatkan suka dan komentar (Rully, dkk., 2021).

TikTok menjadi aplikasi yang menarik dikarenakan mampu memperlihatkan video menarik yang mengandung unsur *Boys' love*. Video yang diperlihatkan dalam bentuk potongan adegan dari suatu film atau series, kumpulan gambar yang diedit menjadi video, para pencipta konten yang membahas isu *Boys' love* atau para pengguna yang memperlihatkan perilaku yang berhubungan dengan *Boys' love*. Tidak sedikit konten *Boys' love* viral di aplikasi ini, dimana banyak para penggemar membagikan atau memberikan reaksi terhadap konten tersebut.

d. Youtube

YouTube adalah platform berbagi video populer di web dimana pengguna dapat mengunggah, menonton, dan membagikan klip video secara gratis. YouTube merupakan database video yang paling populer dan mungkin yang paling lengkap dan beragam di dunia internet. Dengan lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari seluruh pengguna internet, orang-orang menonton ratusan juta jam video setiap harinya di YouTube, yang menghasilkan miliaran penayangan. Keseluruhannya, YouTube telah mencapai lebih banyak pemirsa yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel di seluruh dunia (Faiqah, 2016).

Youtube merupakan aplikasi yang menyediakan berbagai video yang menjadi konsumsi para penggemar *Boys' love*. Perempuan *Fujoshi* menjadikan aplikasi ini untuk mengakses film. Series, vlog, dan bahkan berita mengenai konten yang mengandung *Boys' love*. Selain menikmati konten *Boys' love* di aplikasi ini, perempuan *Fujoshi* juga tetap mampu membuat konten video mereka sendiri untuk melakukan diskusi mengenai isu *Boys' love*.

e. Wattpad

Teknologi yang berkembang pesat dapat menjadi opsi alternatif dalam mencari informasi, termasuk karya sastra. Wattpad adalah salah satu aplikasi platform yang menyediakan layanan membaca dan menulis, termasuk cerita, novel, puisi, dan lainnya, yang dapat meningkatkan karya sastra. Wattpad menyajikan kisah

dalam 50 bahasa dari berbagai negara di seluruh dunia. Pengguna Wattpad menghabiskan waktu 23 juta menit setiap bulannya. Aplikasi ini dapat digunakan saat terhubung ke internet. Miranda (2021) dalam penelitian yang dilakukan oleh Fitriyah, dkk (2022), Wattpad juga menyediakan berbagai jenis cerita dengan beragam genre, dan hampir semua cerita dapat diakses secara gratis. Manfaat utama tersebut adalah kemampuan Wattpad untuk menjadi terkenal secara global dan jumlah komunitasnya terus meningkat setiap hari. Kemunculan Wattpad sangat bermanfaat bagi semua kalangan muda karena dapat meningkatkan minat dalam karya sastra.

Perempuan *Fujoshi* banyak menjadikan aplikasi ini untuk membaca cerita buatan penggemar lain yang mengandung romansa antar laki-laki atau *Boys' love*, bahkan tidak banyak dari perempuan *Fujoshi* selalu menunggu perkembangan cerita tersebut dari penulis. Cerita-cerita dari aplikasi ini juga tidak sedikit yang disebar dan kemudian didiskusikan di media sosial lainnya. Penggemar *Boys' love* sangatlah bebas membuat cerita yang terkadang jauh dari kondisi dunia nyata atau begitu pula sebaliknya tergantung dengan kategori cerita yang dibuat. Hal ini menjadikan wattpad adalah aplikasi yang sangat disenangi oleh para perempuan *Fujoshi*.

### **3. Sembilan Motif *Fujoshi* dalam Konsumsi Konten *Boys' love***

Selain karakter dari para pemain BL, peneliti juga melihat dari alasan atau motif dari perempuan *Fujoshi* menyukai membaca manga

yaoi atau menonton film bergender BL. Menurut Zsila, dkk (2018), Ada sepuluh Faktor motif yang berbeda (dapat melihat gambar 2.1) yang dapat diidentifikasi dalam konsumsi konten yaoi. Faktor pertama, yaitu "Murni" tanpa Faktor gender, merujuk pada motif untuk menonton atau membaca konten romantis di mana tidak ada perbedaan gender yang terlihat. Faktor kedua, yaitu sikap pro-gay atau mencari cinta terlarang dan transgresif, mewakili motif untuk menonton atau membaca konten yang memperlihatkan gambaran positif tentang pria homoseksual. Faktor ketiga, yaitu identifikasi atau analisis diri, merujuk pada motif pemirsa dan pembaca yaoi untuk memahami perasaan dan dilema mereka sendiri. Faktor keempat, yaitu unsur melodramatik atau emosional, mewakili motif untuk merasakan emosi yang kuat. Faktor kelima, yaitu ketidaksukaan terhadap romansa standar atau shoujo, mencerminkan motif untuk menghindari cerita romansa heteroseksual karena karakter perempuan yang sering satu Faktor dan narasi yang dianggap membosankan.

Faktor keenam, yaitu genre romantis atau erotis yang berorientasi pada perempuan, merujuk pada motif untuk menonton atau membaca yaoi karena memenuhi preferensi naratif perempuan. Faktor ketujuh, yaitu murni menghindar atau kurangnya realitas, mencerminkan motif untuk melarikan diri dari kehidupan sehari-hari. Faktor kedelapan, yaitu seni dan estetika, mewakili motif untuk menonton atau membaca yaoi karena gaya grafisnya yang khas. Faktor

kesembilan, yaitu hiburan murni, merujuk pada motif mencari relaksasi dan hiburan. Dan yang terakhir, Faktor kesepuluh, yaitu peregangan atau menggoda secara seksual, mencerminkan motif untuk mencari konten yang menarik secara seksual.

Berbagai motivasi dalam mengonsumsi yaoi dapat menjadi kompleks karena adanya perbedaan budaya dan hukum di antara berbagai negara yang mempengaruhi konteks konsumsi yaoi tersebut. Sebagai contoh, beberapa pembaca perempuan mungkin mengonsumsi yaoi sebagai bentuk penolakan atau resistensi terhadap norma seksual dan gender yang bersifat patriarkal atau konservatif dari keluarga. Di samping itu, undang-undang di suatu negara dapat memengaruhi jenis yaoi yang dapat diakses secara legal oleh konsumen di negara tersebut, dan hal ini dapat mempengaruhi motivasi konsumen untuk membaca karya tersebut. Sebagai contoh, di Amerika Serikat, yaoi berlisensi dari Jepang dipilih dan diedit agar tidak menimbulkan kecaman sosial atau legal.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zsila, dkk (2018), faktor-faktor tertentu yang paling penting meliputi Membangkitkan Gairah/Seksual, Seni dan Estetika, Genre Romantis/Erotis yang Berorientasi pada Wanita, dan Identifikasi/Penilaian Diri. Selain itu, faktor-faktor seperti Cinta "Murni" tanpa Gender & Sikap Pro-Gay, Tidak Suka dengan Romansa Standar/Shoujo, Eskapisme Murni/Kurangnya Realitas, dan Hiburan Murni juga masih berperan dalam menjelaskan

variasi skor faktor spesifik, meskipun hanya sekitar 20%, selain dari faktor motivasi umum. Namun, faktor Melodramatis/Emosional lebih mencerminkan faktor motivasi umum secara keseluruhan. Skor keseluruhan dari semua faktor dapat dijadikan ukuran yang dapat diandalkan untuk sikap positif umum terhadap genre ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya harus mempertimbangkan temuan ini saat menggunakan skala ini untuk mengevaluasi sikap positif umum terhadap yaoi serta Faktor motivasi spesifik terkait dengan genre ini.

Faktor motivasi Membangkitkan Gairah/Seksual dan Seni dan Estetika menjadi representasi utama dari variasi dalam penelitian ini, yang menunjukkan bahwa konten seksual dan penggambaran estetika karakter dan seksualitas menjadi fitur yang paling menarik bagi pemirsa/pembaca yaoi. Selain itu, Genre Romantis/Erotis yang Berorientasi pada Wanita dan Identifikasi/Penilaian Diri juga dianggap sebagai Faktor motivasi yang penting dalam penilaian. Khususnya, Genre Romantis/Erotis yang Berorientasi pada Wanita menjadi penting bagi partisipan survei perempuan yang mendukung penelitian kualitatif sebelumnya yang menunjukkan bahwa konsumen yaoi merasa bahwa ini menawarkan cara untuk menghindari atau menyelesaikan stereotip gender atau pesan patriarkal yang mungkin muncul dalam narasi romantis lainnya. Selain itu, pemirsa/pembaca yaoi perempuan mendapatkan skor motivasi umum yang lebih tinggi daripada konsumen laki-laki, menunjukkan bahwa konsumen perempuan mungkin lebih

terinspirasi, terhibur, dan lebih cocok dengan preferensi mereka daripada konsumen laki-laki, dan oleh karena itu lebih termotivasi untuk melihat/membaca bahan yaoi karena sifat yang berorientasi pada wanita dari genre ini.

Selain itu, motivasi Tidak Menyukai Romansa Standar/*Shoujo*, Eskapisme/Tidak Realistis, dan Cinta "Murni" tanpa Gender & Sikap Pro-Gay juga terbukti penting. Menarik untuk dicatat bahwa responden non-heteroseksual dalam survei ini mencetak skor lebih tinggi daripada responden heteroseksual pada semua Faktor motivasi kecuali untuk Genre Romantis/Erotis yang Berorientasi pada Wanita. Faktor Hiburan Murni menunjukkan bahwa yaoi memiliki fungsi yang sama dengan media lain; yaitu, aspek-aspek hiburan dan relaksasi dari penggunaan media juga ditemukan dalam penelitian yang mengeksplorasi motivasi penggunaan media massa (seperti menonton televisi) dan media interaktif (seperti permainan online).

### **C. Tinjauan Teori**

#### **1. *Stereotype***

Stereotype tidak semata-mata merupakan upaya untuk menggantikan kekacauan dunia nyata dengan ketertiban. Stereotype juga bukan sekadar pintasan. Namun, stereotype mencakup seluruh aspek tersebut dan bahkan lebih dari itu. Stereotype menjadi jaminan bagi harga diri individu dan merepresentasikan dunia melalui sudut pandang nilai diri, posisi, serta hak individu tersebut. Stereotype memiliki

beban emosional yang sangat tinggi dan erat kaitannya dengan perasaan yang melekat pada mereka (Gudykunst dan Kim, 2003).

Sebelum menjelaskan mengapa Stereotip dipilih, penulis menyatakan bahwa Stereotip adalah suatu nilai atau moral dalam diri individu atau kelompok yang mengevaluasi dengan buruk individu atau kelompok lainnya, yang kemudian mengarah pada prasangka yang merupakan pandangan negatif terhadap individu atau kelompok lainnya, dan pada akhirnya dapat menyebabkan diskriminasi (Rosetia, 2020). Stereotip ini juga dapat muncul diakibatkan adanya komunikasi hipepersonal. Komunikasi hipepersonal merupakan komunikasi yang terjadi secara online melalui media komputer (Henderson dan Gilding, 2004). Kedua hal ini memiliki hubungan satu sama lainnya.

Bagaimana stereotip peran gender ini bisa muncul di kalangan Fujoshi? hal dikarenakan adanya media komputer yang menampilkan sebuah hiburan yang dikemas dengan strategi untuk memberikan sudut pandang baru dalam percintaan, khususnya percintaan antara dua laki-laki. Selain itu, para Fujoshi ini juga selalu melakukan komunikasi secara online dalam mendiskusikan berbagai hal (Saito, 2011) dan menyebarkan konten BL yang mereka sukai dengan Fujoshi lainnya di media sosial yang memperlihatkan minat dan representasi karakter laki-laki yang diidamkannya. Konten BL juga menjadi gambaran perspektif para perempuan Fujoshi mengenai peran pemain, jalan cerita, lingkungan yang dibentuk di dalamnya, dan bagaimana interaksi antar

pemain dalam cerita. Hal ini dapat dikategorikan ke dalam komunikasi hipepersonal.

Untuk mengekspresikan dengan lebih akademis, stereotip dapat dilihat dalam bentuk gambaran bahwa orang kulit hitam (negro) memiliki perilaku yang kurang sopan, orang Madura mudah marah dan kasar, orang Italia cenderung romantis, dan orang Jawa suka 'berbasa-basi' dalam berkomunikasi dengan orang lain. Beberapa kelompok mungkin menganggap gambaran ini sebagai kebenaran yang mutlak. Begitu pula dengan konten BL yang bisa saja memberikan perubahan pandangan terhadap konten dengan budaya heteroseksual sebagai hal negatif. Perempuan yang selalu menjadi objek dan tidak memiliki kekuatan dalam membela diri membuat konten BL menjadi ruang bagi para Fujoshi untuk memperlihatkan pandangan mereka mengenai bentuk hubungan yang mereka inginkan. Perspektif ini akan menyebar secara luas dan mendalam dengan adanya peran media sosial.

Menurut Matsumoto dalam Murdianto (2018) Stereotip terbagi menjadi dua jenis, yaitu heterostereotype dan autostereotype, yang merujuk pada pandangan negatif yang diarahkan pada kelompok lain atau pada diri sendiri, secara berturut-turut. Selain stereotip negatif, ada juga stereotip yang mengandung pandangan positif. Stereotip biasanya berbentuk pandangan umum, yang tidak selalu menggambarkan fakta yang akurat dan bisa memicu diskriminasi. Matsumoto juga menjelaskan bahwa proses pembentukan stereotip dikembangkan

secara psikologis melalui berbagai proses, seperti selektif perhatian, penilaian, pembentukan konsep dan kategori, atribusi, emosi, dan memori (Murdianto, 2018; Liu dkk., 2015).

Proses pemilihan perhatian, penilaian, persepsi, dan kategorisasi individu lain sangat mempengaruhi pembentukan stereotip terhadap kelompok lain. Selain itu, pengalaman, emosi, dan cara kita mengaitkan perilaku kita dengan perilaku orang lain juga memainkan peran penting dalam pembentukan stereotip. Stereotip dalam kehidupan sehari-hari berfungsi untuk memenuhi kebutuhan psikologis individu untuk menginternalisasi nilai bersama ke dalam individu, membangun identitas bersama, serta memberikan justifikasi tindakan individu terhadap kelompok sosial lain.

Konteks stereotip menurut Triandis (1994) dalam Murdianto (2018), terdapat dua jenis yang umum, yaitu heterostereotype dan autostereotype. Heterostereotype merujuk pada stereotip yang dimiliki tentang kelompok lain, sedangkan autostereotype merujuk pada stereotip tentang diri sendiri. Berdasarkan hal ini, stereotip yang dianalisis dalam penelitian ini adalah stereotip yang merujuk pada diri sendiri sebagai seorang *Fujoshi* dalam peran gender dan karakteristik laki-laki serta hubungan yang mereka idamkan melalui konten *Boys' love*.

## **2. *Masculinity-femininity (M-F)***

Maskulinitas dan feminitas berkaitan dengan peran gender yang diharapkan dalam masyarakat. Dalam masyarakat di mana peran gender sosial terpisah secara jelas, pria diharapkan untuk bersikap tegas, kuat, dan fokus pada kesuksesan material, sedangkan wanita diharapkan lebih sopan, lembut, dan peduli pada kualitas hidup. Namun, dalam masyarakat di mana peran gender sosialnya tumpang tindih, baik pria maupun wanita diharapkan untuk sopan, lembut, dan peduli pada kualitas hidup. Dengan demikian, peran gender sosial dalam masyarakat dapat berbeda-beda tergantung pada bagaimana masyarakat tersebut memandang dan mendefinisikan maskulinitas dan feminitas (Gudykunst dan Kim, 2003)

Maskulinitas dan feminitas merupakan konsep yang terkait dengan peran gender dan karakteristik sosial yang dianggap sebagai ciri khas atau diharapkan dari pria dan wanita dalam masyarakat. Konsep ini selalu berkembang seiring dengan perubahan budaya dan nilai-nilai sosial di berbagai negara dan masyarakat. Maskulinitas biasanya dikaitkan dengan sifat-sifat seperti kekuatan, keberanian, mandiri, tegas, dan fokus pada karier atau kesuksesan material, sedangkan feminitas cenderung dikaitkan dengan kelembutan, kehalusan, kepekaan sosial, perhatian pada kualitas hidup, dan keterlibatan dalam pekerjaan yang membutuhkan keahlian interpersonal seperti perawatan anak atau pengasuhan keluarga.

Namun, pandangan mengenai maskulinitas dan feminitas dapat berbeda-beda antara satu budaya atau masyarakat dengan yang lain. Selain itu, pandangan ini juga dapat berubah seiring dengan perubahan nilai dan norma sosial. Contohnya, di beberapa masyarakat saat ini, maskulinitas dan feminitas dipandang sebagai spektrum atau karakteristik yang dapat dimiliki oleh siapa saja, tidak tergantung pada jenis kelamin seseorang. Meskipun konsep ini terus mengalami perubahan dan perkembangan, masih ada anggapan bahwa pria dan wanita diharapkan menunjukkan ciri khas tertentu yang sesuai dengan peran gender mereka dalam masyarakat. Terkadang, pandangan ini dapat menjadi penghambat bagi seseorang untuk berkembang dan mengekspresikan diri mereka secara bebas dan autentik. Oleh karena itu, sangat penting untuk terus mengkritisi dan mempertanyakan pandangan tentang peran gender dan karakteristik yang diharapkan dalam masyarakat.

Menurut Hofstede, Bernilai tinggi, kekuasaan, dan keberanian termasuk dalam kategori maskulinitas yang tinggi, sementara sistem budaya yang lebih menekankan pada kebutuhan orang, kualitas hidup, dan perawatan cenderung memiliki tingkat maskulinitas yang rendah atau feminin yang tinggi. Kebudayaan yang cenderung lebih maskulin menekankan pada pencapaian dan ambisi, sedangkan budaya yang lebih feminin menempatkan nilai pada kualitas hidup dan pelayanan. Hofstede juga menyatakan bahwa orang-orang di kebudayaan maskulin

cenderung memiliki motivasi yang lebih kuat untuk mencapai tujuan, melihat pekerjaan sebagai pusat kehidupan mereka, menerima campur tangan perusahaan dalam kehidupan pribadi, mengalami stres kerja yang lebih tinggi, memiliki perbedaan nilai yang lebih besar antara pria dan wanita di posisi yang sama, dan memandang pengakuan, kemajuan, atau tantangan sebagai lebih penting untuk kepuasan dalam bekerja dibandingkan dengan orang-orang di budaya feminine (Gudykunst dan Kim, 2003)

Maskulinitas-feminitas dapat digunakan untuk memahami perbedaan dan kesamaan budaya dalam hubungan berlawanan jenis dan sesama jenis. Di budaya yang sangat maskulin, orang cenderung memiliki sedikit kontak dengan anggota lawan jenis selama masa pertumbuhan mereka dan melihat hubungan sesama jenis sebagai lebih intim daripada hubungan berlawanan jenis. Di sisi lain, untuk orang dari budaya feminin agar dapat berkomunikasi efektif dengan orang asing dari budaya maskulin, khususnya jika mereka laki-laki dan perempuan, mereka harus memahami orientasi satu sama lain terhadap peran seks. Seperti Faktor variasi budaya lainnya, kecenderungan maskulinitas dan feminitas ada di semua budaya tetapi satu kecenderungan cenderung mendominasi. Salah satu faktor individu yang memediasi pengaruh maskulinitas-feminitas budaya pada komunikasi adalah peran gender psikologis (Gudykunst dan Kim, 2003), dimana peran gender maskulin dan feminin lebih mendominasi di budaya yang maskulin dan peran

gender tak terdiferensiasi dan androgini lebih mendominasi di budaya yang feminin.

**Tabel 2.2 Karakteristik umum perbedaan antara maskulin dan feminim dan dilihat dalam peran gender**

<b>Maskulin</b>	<b>Feminim</b>
Perbedaan peran gender	Kesetaraan peran gender
Ketegasan, Kinerja, dan hal-hal yang dianggap penting	Kualitas hidup, pelayanan, sikap peduli dan merawat orang lain dihargai.
Simpati untuk menjadi kuat "Hidup untuk bekerja"	Simpati untuk yang lemah, "Bekerja untuk hidup"
Peningkatan Ego	Peningkatan hubungan
Penekanan pada kinerja dan ambisi	Penekanan pada kualitas hidup dan pelayanan
Perempuan bersifat lembut dan menjaga	Baik pria maupun wanita dapat bersikap lembut dan menjaga hubungan.
Ayah menangani fakta-fakta dengan anak-anak, dan ibu menangani perasaan	Kedua orangtua menangani fakta dan perasaan.

Sumber: Gudykunst dan Kim, 2003

Belum terdefinisi dengan jelas apakah cara terbaik untuk memahami perbedaan minat yang berkaitan dengan jenis kelamin dalam kelompok jenis kelamin yang sama adalah dengan melalui karakteristik psikologis. Wanita yang berkeinginan memiliki karir dianggap memiliki pandangan liberal tentang peran perempuan, bukan dianggap memiliki sifat psikologis "maskulin" seperti yang diklasifikasikan oleh pengukuran

M-F tradisional. Begitu pula perempuan *Fujoshi*, fantasi yang dimiliki oleh perempuan *Fujoshi* belum tentu mengarahkan perempuan tersebut melawan peran mereka sebagai perempuan dan bahkan melakukan hal-hal diluar kenormalan perempuan seperti biasanya.

Kalimat tersebut menjelaskan bahwa model pembelajaran "bahasa peran gender" dapat menjelaskan perbedaan individual dalam perkembangan peran gender. Ada kemungkinan bahwa individu memiliki perbedaan dalam keterampilan atau kapasitas khusus yang dibutuhkan oleh bahasa atau sistem peran gender tertentu. Selain itu, ada juga perbedaan dalam kemampuan akuisisi secara umum. Seperti dalam bahasa, dalam peran gender, individu dapat memiliki kesulitan dalam menguasai atau mengekspresikan peran gender secara tepat dan lancar (Pleck, 1975). Berdasarakan penjelasan ini, literasi *Fujoshi* juga sangat membantu perempuan *Fujoshi* dalam memahami peran gender dalam cerita BL. Hal ini juga merupakan perkembangan dari fanatsi para perempuan *Fujoshi* itu sendiri. Hal ini membantu para *Fujoshi* dalam mengenal karakter pasangan dan gaya kehidupan mereka dalam hubungan pernikahan. Hal ini jugalah mendukung hubungan antara peran gender, karakter pasangan, cerita BL, dan indikator kepuasan pernikahan.

Pleck (1975) juga menjelaskan bahwa model bahasa untuk akuisisi peran gender memiliki implikasi untuk perubahan peran gender baik pada tingkat individu maupun pada tingkat budaya yang lebih

makroskopik. Pada tingkat individu, perilaku peran gender dapat berubah karena terdapat model dan norma baru. Akuisisi bahasa memberikan model untuk mekanisme dinamis yang menghasilkan konfigurasi perilaku yang terorganisir dan terstruktur, tetapi dapat dilalui oleh input baru dan dapat berkembang. Dalam peran gender, seperti bahasa, meskipun kinerja orang sangat terorganisir dan terstruktur, mereka tetap dapat belajar hal yang baru.

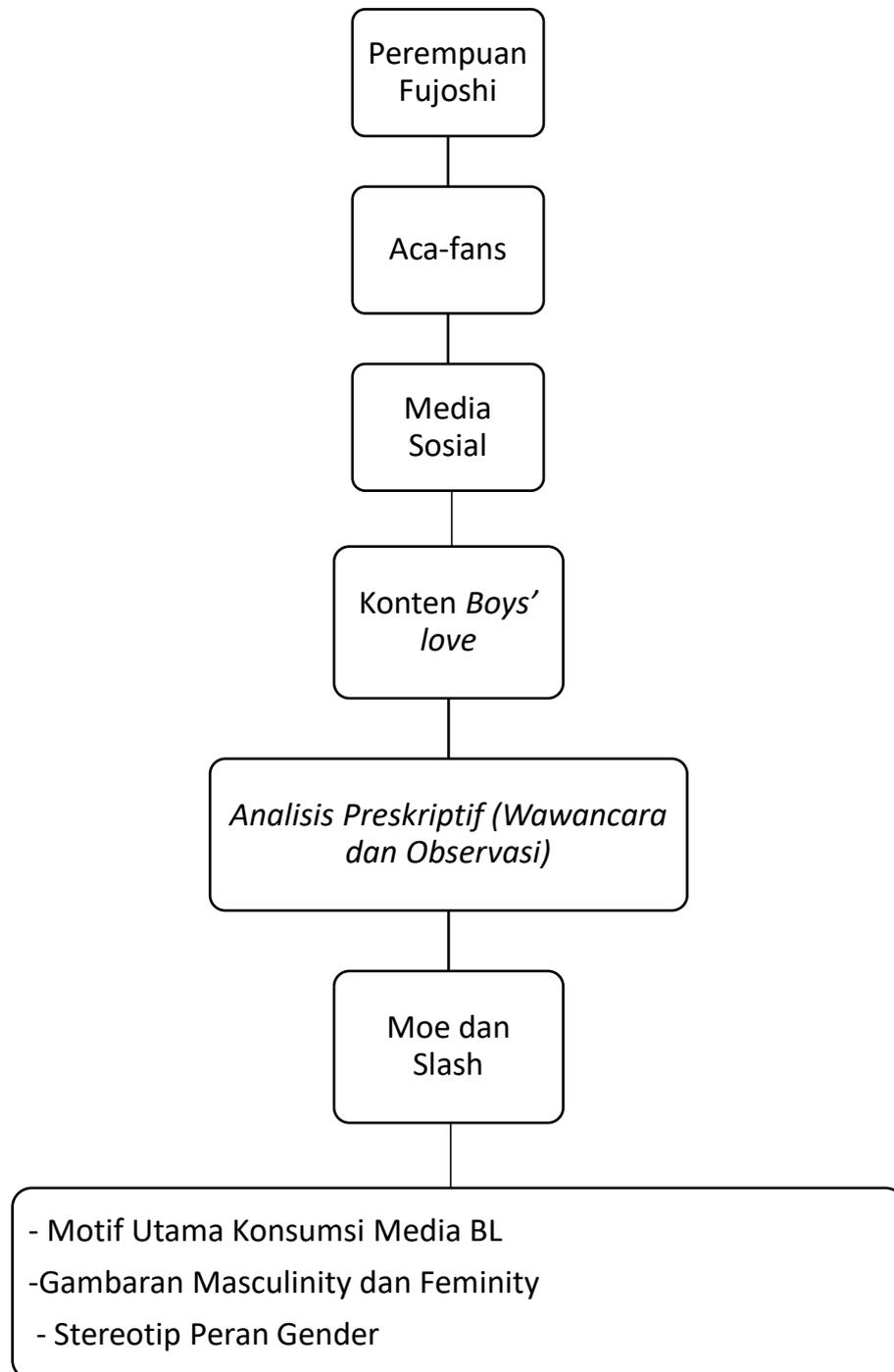
Perempuan *Fujoshi* menggunakan literasi mereka untuk menjelaskan peran karakter dan ciri-ciri karakter (Galbraith, 2011). Literasi ini menjelaskan mengenai pandangan mereka terhadap bagaimana hubungan romantis berlangsung. Hal yang paling menarik dari pandangan perempuan *Fujoshi* dalam cerita BL yang mereka kembangkan dengan memperlihatkan perilaku heteroseksual dalam hubungan homoseksual. Begitu banyak Bahasa yang berkembang dari pandangan ini. Bahasa ini juga sangat mempengaruhi keterbukaan perempuan *Fujoshi* terhadap keunikan mereka (fantasi mereka dalam melihat pasangan laki-laki).

Hal yang membuat perempuan *Fujoshi* memiliki fantasi terhadap BL adalah ketidakpuasan mereka terhadap peran perempuan di lingkungan sosial. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Dinatha, Dewi, dan Suryadi (2021) menunjukkan bahwa *Fujoshi* memiliki pandangan yang masih terfokus pada peran gender tradisional di masyarakat yang membatasi kebebasan berekspresi, terutama bagi

gender perempuan. Pandangan ini menunjukkan ketidakpuasan *Fujoshi* terhadap peran gender dalam masyarakat yang didasarkan pada pengalaman mereka (Roy, 2022; Zhang, 2016). Temuan ini konsisten dengan penelitian yang menunjukkan bahwa *Fujoshi* merasa tidak puas dengan norma gender dan seksualitas konvensional di masyarakat, termasuk dominasi laki-laki terhadap perempuan di lingkup publik (seperti di perusahaan dan politik) dan lingkup pribadi (seperti dalam keluarga dan hubungan intim).

Di sisi lain, partisipan yang bukan *Fujoshi* tidak mengalami masalah atau ketidakpuasan terhadap peran gender. *Fujoshi* menggunakan genre *boy's love* sebagai solusi alternatif untuk mengatasi ketidakpuasan tersebut. Hal ini dapat dianggap sebagai bentuk mekanisme pertahanan atau kompensasi karena ketidakpuasan dengan peran gender yang hanya dialami oleh perempuan. Dalam genre *boy's love*, tidak ada karakter perempuan sehingga *Fujoshi* dapat mengatasi perasaan ketidakpuasan tersebut.

#### D. Kerangka Konseptual



**Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian (Sumber: Dokumen Pribadi)**