

**EKSPRESI DIRI *FUJOSHI*
TERHADAP KONTEN *BOYS LOVE* DI *TWITTER***

**OLEH :
SITTI NUR AISAH**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2021**

**EKSPRESI DIRI *FUJOSHI*
TERHADAP KONTEN *BOYS LOVE* DI *TWITTER***

**OLEH :
SITTI NUR AISAH
E021171007**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2021**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Ekspresi Diri Fujoshi Terhadap Konten Boys
Love di Twitter**

Nama Mahasiswa : **Sitti NurAisah**

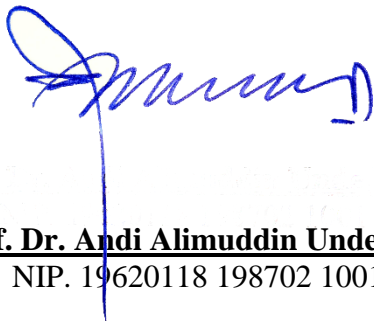
Nomor Induk Mahasiswa : **E021171007**

Makassar, 02 Juli 2021

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si.
NIP. 19620118 198702 1001



Sartika Sari Wardanhi DH., S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198711232019032010

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si.
NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting, pada hari Senin tanggal dua belas Juli tahun dua ribu dua puluh satu.

Makassar, 15 Juli 2021

Tim Evaluasi

Ketua : Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si.



Sekretaris : Sartika Sari Wardanhi DH Phasa, S.Sos., M.I.Kom.



Anggota : 1. Dr. H. M. Iqbal Sultan, M.Si.



2. Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos., M.Si.



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sitti Nur Aisah
NIM : E021171007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan Saya yang berjudul :

Ekspresi Diri *Fujoshi* terhadap *Konten Boys Love di Twitter*

adalah karya tulisan Saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan orang lain dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya Saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 14 Juli 2021

Yang menyatakan,

A 2000 Indonesian postage stamp (METERAL TEMPEL) with a Garuda emblem and a signature over it. The stamp features the Garuda emblem, the text 'TOL. 20 METERAL TEMPEL', and the serial number 'A83AJX285054429'. The signature is written in black ink over the stamp.

Sitti Nur Aisah

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya kepada makhluk-Nya. Shalawat dan salam juga dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW., yang telah memberikan petunjuk kepada umatnya.

Dalam hal ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada orang tua tercinta, Asri Hakim dan Agustina. Terima kasih karena telah menjadi orang paling kuat yang tidak pernah berhenti memberikan segala-galanya terutama doa dan dukungan kepada penulis. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Hikma sari, Ashar, Yus, dan Yuki, selaku kakak dan keponakan penulis yang memberi banyak hiburan selama menjalani studi.

Dalam mengerjakan tugas akhir ini banyak kendala yang penulis temui, begitu pun dengan hal-hal berkesan yang terjadi selama penulis menjalani studi hingga akhirnya sampai pada penyelesaian tugas akhir ini. Tetapi, dengan proses-proses itulah sehingga penulis bisa mengambil pelajaran dan pengalaman untuk ke depannya. Dalam proses tersebut, tentu penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari orang-orang istimewa lainnya. Maka dari itu, perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si. selaku pembimbing satu, sekaligus pembimbing akademik, dan Ibu Sartika Sari Wardanhi DH.,S.Sos.,M.I.Kom. selaku pembimbing dua, terima kasih telah

meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, bantuan, dan dukungan kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan.

2. Bapak Dr. Sudirman Karnay, M.Si. dan Nosa Kros Arya, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi Unhas, atas waktu, ilmu, masukan dan nasehat kepada penulis menjalani pendidikan S1 di Departemen Ilmu Komunikasi Unhas.
3. Seluruh dosen pengajar dan staff Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin atas ilmu yang sangat berguna.
4. Para ninja yang tanpa sengaja dipertemukan di desa Konoha (Jawa, Ahvi, Adelia, Kartika, dan Ai) terima kasih telah membuat dan menambah lukisan warna-warni di dalam kehidupan penulis.
5. Sahabat-sahabat penulis di Squadweird (Pio, Ummul, Aya, Alifka, Kiki, Dinda, Bill, dan Ippang) terima kasih banyak karena telah menjadi bagian dari setiap cerita kehidupan penulis sejak di Sekolah Menengah Atas hingga kini.
6. Eja, Ws, Akhyar, Dappa dan anak-anak Tamlan kosong (Ilu, Ninun, dan Ay) yang selalu senantiasa ingin diganggu ketika bosan, terima kasih untuk setiap perjalanan yang telah dilalui bersama.
7. Capture 2017, teman angkatan yang memberikan banyak kenangan yang tidak terlupakan. Teman-teman se-konsentrasi Brodkes Pancen Oye, terima kasih sudah berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas yang diberikan oleh dosen.

8. Kak Imo, Kak Cakra, dan Kak Agung terima kasih karena telah menjadi sosok kakak untuk penulis yang selalu meluangkan waktunya dan tidak pernah berhenti memberikan sesuatu yang bermanfaat kepada penulis.
9. Adik-adikku yang kurang ajar (Fara, Dira, Qalbi, Lisda, Salman, Maldy, Mas Indra, Fayed, Ical, dan lainnya) terima kasi sudah ada dan menjadi penghibur, terima kasih karena tidak pernah lelah mendengar ocehanku.
10. Pengurus Kosmik 2020-2021, yang telah mengajarkan penulis tentang kesabaran dan ikhlas dalam melayani berbagai macam manusia.
11. Kelima informan penulis (Lintang, Chacha, Ache, Ci, dan Elisa) terima kasih telah meluangkan waktunya dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada seluruh Cbkist, penggemar Brightwin, dan seluruh penumpang kapal homo di *twitter* atas bantuannya.
13. *Last but not least*, kepada EXO khususnya Park Chanyeol dan Byun Baekhyun untuk karya musiknya yang selalu menemani penulis dalam mengerjakan skripsi ini.

Dan seluruh pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga segala bantuan, dukungan dan doa yang telah diberikan kepada penulis dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlimpah.

Amin Ya Rabbal Alamin.

Makassar, 02 Juli 2021

Penulis

GLOSARIUM

Anime	: adalah animasi dari Jepang yang digambar dengan tangan maupun menggunakan teknologi komputer.
Fanfiction	: merupakan gabungan dari “ <i>fan</i> ” (penggemar) dan “ <i>fiction</i> ” (Fiksi). Karya buatan penggemar dari suatu fandom dengan meminjam karakter dan setting oroginal, idol, komik, anime, dan film.
Fanwork	: adalah istilah yang digunakan untuk menyebut karya yang dihasilkan penggemar atau fans sebagai penghormatan terhadap apa yang digemarinya.
Fangirls	: merupakan seorang penggemar perempuan yang mengidolakan seorang merupakan seorang penggemar perempuan yang mengidolakan seorang idol tertentu.
Fanbase / fandom	: adalah kumpulan penggemar yang membentuk basis penggemar.
Hype	: dalam bahasa inggris adalah sangat senang atau sangat menantikan sesuatu hal yang lebih spesifik.
June	: istilah pertama yang digunakan untuk menyebut genre homoerotis.
Korean lovers / kpopers	: Istilah yang ditunjukkan kepada orang yang memiliki fanatik terhadap hiburan dari negeri gingseng tersebut.
Manhwa	: sebuah istilah dari bahasa Korea yang digunakan untuk menyebut sebuah komik.
Manhua	: sebutan untuk komik-komik berbahasa Mandarin yang dibuat di Tiongkok Daratan, Hong Kong, dan Taiwan.
Manga	: adalah komik atau novel grafik yang dibuat di Jepang atau menggunakan bahasa Jepang,
Moe	: adalah sebuah slang dalam bahasa Jepang yang berarti minat kuat terhadap karakter tertentu dalam permainan video maupun anime dan manga dan perwujudannya. Moe dalam anime lebih ke arah imut.

- Pairing / ship idol : istilah untuk memasang – masangkan selebriti/karakter/tokoh kesukaan kita dengan yang lain.
- Shipper : adalah sebuah julukan kepada para penggemar yang sering menjodohkan idol-idol Kpop.
- Seme : karakter laki-laki di konten boys love yang berperan sebagai top, atau penyerang.
- Uke : karakter laki-laki di konten boys love yang menggambarkan seorang laki-laki yang submissive, bottom, atau penerima.

ABSTRAK

SITTI NUR AISAH. *Ekspresi Diri Fujoshi Terhadap Konten Boys Love di Twitter. (Dibimbing oleh Alimuddin Unde dan Sartika Sari Wardanhi).*

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui konsep diri para fujoshi di media sosial twitter. (2) Untuk mengetahui gambaran para fujoshi dalam mengekspresikan identitas dirinya dan perilaku seksualnya melalui twitter. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan sejak bulan Maret hingga Mei 2021. Tipe penelitian ini menggunakan tipe kualitatif yang bersifat deskriptif dengan metode netnografi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara online, dokumentasi, dan observasi partisipatif agar mendapatkan informasi sebanyak mungkin.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsep diri fujoshi dalam media sosial twitter adalah konsep diri positif, dipengaruhi oleh kesadaran diri para fujoshi sebagai seseorang pecinta konten homoseksual adalah sesuatu yang salah, penilaian orang lain, dan cara fujoshi menanggapi penilaian tersebut. Selain itu, para fujoshi mengekspresikan identitas dirinya sebagai fujoshi melalui aktivitas-aktivitasnya dalam mengakses konten boys love di twitter. Sedangkan cara fujoshi dalam mengekspresikan perilaku seksualnya khususnya fantasi-fantasi erotiknya yaitu dengan membaca atau menciptakan sendiri sebuah fanwork seperti fanfiction / alternative universe bertema boys love.

Kata kunci : Fujoshi, Konsep Diri, Ekspresi Diri, Twitter.

ABSTRACT

SITTI NUR AISAH. *Fujoshi's Self – Expression Of Boys Love Content on Twitter. (Supervised by Alimuddin Unde and Sartika Sari Wardanhi).*

The purpose of this research are (1) to determine the self-concept of the fujoshi on social media Twitter. (2) to find out the description of the fujoshi in expressing their identity and sexual behavior through Twitter. This research was conducted for three months starting from March to May 2021. This research used a descriptive qualitative type with a netnographic method. Data collection techniques used are online interviews, documentation, and participatory observation in order to get as much information as possible.

The results of this study indicate that the fujoshi's shows a positive self-concept in social media Twitter, which influenced by the fujoshi's self-awareness that being a fan of homosexual content is considered wrong, the judgment of others, and the way the fujoshi responds to the assessment. In addition, fujoshi express their identity as fujoshi through their activities in accessing boys' love content on Twitter. Meanwhile, the way fujoshi expressing their sexual behavior, especially their erotic fantasies, is by reading or creating their own fanwork such as fanfiction/alternative universe with the boys' love theme.

Keywords : Fujoshi, Self-concept, Self expression, Twitter.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
GLOSARIUM.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Kerangka Konseptual	9
E. Definisi Konseptual.....	18
F. Metode Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
A. Konsep Diri	25
B. Ekspresi Diri (<i>Self Expression</i>)	33

C. Identitas Diri.....	36
D. Perilaku Seksual.....	37
E. Popular <i>Culture</i> dan Perkembangan Konten <i>Boys love</i>	40
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	46
A. Perkembangan Situs Jejaring Sosial <i>Twitter</i>	46
B. Gambaran Umum Fujoshi	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Hasil Penelitian.....	54
B. Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87
A. Pedoman Wawancara.....	89
B. Dokumentasi	90

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Konsep Diri Informan	61
Tabel 4.2. Sub-genre pada konten <i>boys love</i>	65
Tabel 4.3. Ekspresi Diri Informan di Twitter.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Digital Around The World In October 2020</i>	2
Gambar 1.2. Data Pengguna <i>Twitter</i> di Dunia Bulan Oktober 2020	3
Gambar 1.3. Drama Series <i>2gether</i> masuk Worldwide Trends.....	5
Gambar 1.4. Drama Series <i>2gether</i> masuk Indonesia Trends	5
Gambar 1.5. Akun <i>Fanbase Fujoshi</i> di <i>Twitter</i>	6
Gambar 1.6. Gambaran Kerangka Konseptual Sederhana Peneliti.....	18
Gambar 2.1. Poster <i>2gether: the series</i>	45
Gambar 4.1. <i>Manga</i>	64
Gambar 4.2. <i>Series</i>	64
Gambar 4.3. <i>Fanfiction</i>	64
Gambar 4.4. AU	64
Gambar 4.5. <i>Manhwa</i>	64
Gambar 4.6. <i>Anime</i>	64
Gambar 4.7. Koleksi <i>Merch Boys Love</i>	67
Gambar 4.8. Aktivitas <i>fujoshi</i> di <i>twitter</i>	68
Gambar 4.9. Aktivitas <i>fujoshi</i> di <i>twitter</i>	68
Gambar 4.10. Gambaran fantasi <i>fujoshi</i> dalam bentuk <i>fanwork</i>	70
Gambar 4.11. Gambaran fantasi <i>fujoshi</i> dalam bentuk <i>fanwork</i>	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan media sosial menjadi semakin pesat dan semakin populer di kalangan masyarakat. Media sosial berhasil menyita perhatian masyarakat di seluruh negara karena dinilai bisa menjadi wadah untuk berbagi informasi baik bersifat personal atau umum. Salah satu yang menjadi daya tarik media sosial adalah kecepatan mendapatkan informasi dari orang lain yang dibagikannya di akun media sosial masing-masing kepada khalayak. Beberapa artikel mengatakan bahwa kehadiran media sosial mampu mengalahkan kedudukan media massa, misalnya saja program televisi yang mengambil informasi yang sedang trending di media sosial. Bentuk media penyiaran yang lebih lama dikatakan menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi. Media tersebut dianggap sebagai media informasional dan karenanya menjadi mediasi realitas bagi konsumen (Wardanhi, Sartika S. 2011).

Menurut laporan **wearsocial.com** pada bulan Oktober tahun 2020, bahwa saat ini ada 4,66 miliar orang telah menggunakan internet dan 4,14 miliar orang menggunakan media sosial dari 7,81 miliar jumlah populasi di dunia. Dari hasil analisis **Kepios.com** menunjukkan bahwa, ada lebih dari 460 juta orang mulai menggunakan media sosial selama 12 bulan terakhir. Hal itu membuktikan bahwa penambahan pengguna media sosial lebih

cepat, sekiranya mengalami pertumbuhan dua kali lipat dari laporan bulan Januari tahun 2020. Pertumbuhan pengguna internet dan media sosial yang

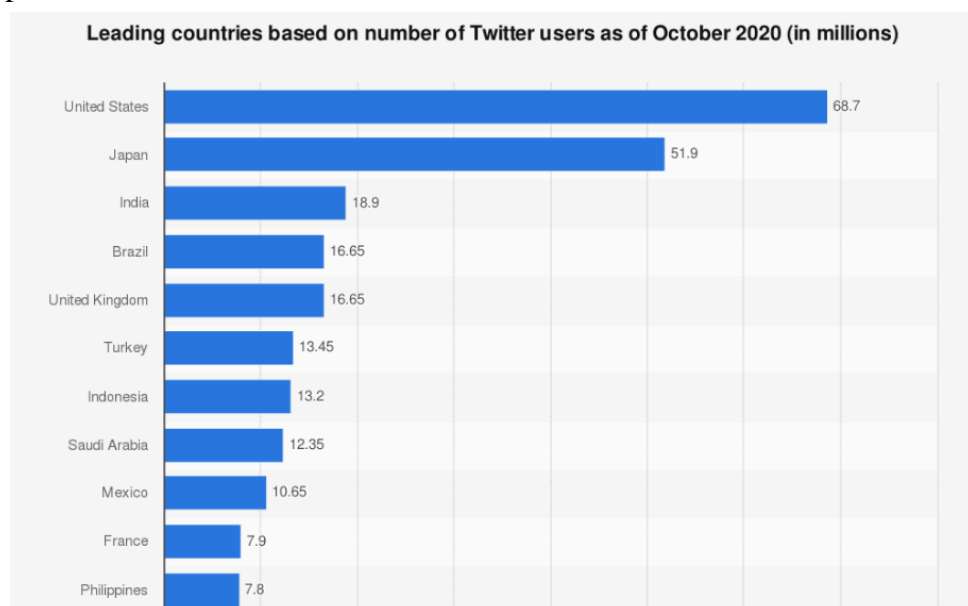


Gambar 1.1. *Digital Around The World In October 2020*
 Sumber :wearesocial.com

semakin meningkat sebagian besar diakibatkan oleh kebiasaan baru yang di adopsi selama *lockdown* Covid – 19

Media sosial yang populer di kalangan masyarakat adalah *Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube*. Di antara media sosial populer tersebut, *twitter* yang mengalami peningkatan pengguna tiap harinya. Menurut laporan *Twitter Inc.* pada tahun 2020 terjadi peningkatan tertinggi pengguna harian, di mana angka aktif harian yang saat dimonetisasi oleh *twitter* adalah 34 persen dari tahun ke tahun menjadi 186 juta. Bahkan angka tersebut mengalahkan perkiraan analisis dan berhasil meningkatkan sahamnya sekitar empat persen. Penyebab dari kenaikan angka tersebut didorong oleh beberapa faktor eksternal seperti terjadinya peningkatan cuitan terkait pandemi Covid-19.

Indonesia menjadi negara yang berhasil menduduki peringkat tujuh sebagai pengguna *twitter* terbesar di dunia dengan jumlah pengguna 13 juta orang menurut *survey statista.com* pada bulan Oktober 2020. *Twitter* pun dapat diakses oleh berbagai usia dengan membuat akun terlebih dahulu. Pengguna *twitter* juga menjadikan *twitter* sebagai tempat mencari hiburan, promosi, komunikasi, relasi, bahkan eksistensi diri.



Gambar 1.2. Data Pengguna *Twitter* di Dunia Bulan Oktober 2020
Sumber : *statista.com*

Adanya pemanfaatan penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi dan komunikasi sangat mendukung dalam proses penyebaran budaya pop Jepang yang semakin mudah. Budaya pop Jepang seperti *anime* dan *manga* menjadi budaya yang sangat populer di kalangan remaja saat ini. Salah satu genre *anime* atau *manga* adalah *boys love* yaitu cerita yang bertemakan tentang hubungan romantisme antara dua laki-laki atau istilah lainnya adalah *yaoi*. Istilah *boys love* atau sering juga disingkat

dengan BL dan *yaoi* bukanlah hal umum di Jepang, istilah ini pertama kali di buat oleh Yasuko Sakata dan Akiko Hatsu (Saito Tamaki, 2007).

Dalam manga *yaoi*, pasangan homoseksual disebut seme dan uke. *Manga* dengan genre *yaoi* pertama kali dibuat oleh Takemiya Keiko dan Hagio Moto dengan judul **Ki no Uta dan Tomasu no Heart** dan diterbitkan di *shouju manga* atau komik khusus perempuan yaitu *shouju june* pada tahun 1970-an. *Manga yaoi* juga banyak menampilkan adegan pornografi dari dua laki-laki yang ekspilisit atau homoerotis. *Anime* atau *manga* dengan tema *boys love* atau *yaoi* telah memiliki tempat tersendiri di hati para penggemarnya yang didominasi para perempuan dewasa atau yang masih remaja.

Adapun istilah untuk perempuan yang menyukai *manga* atau *anime* dengan genre *boys love* atau *yaoi* adalah *fujoshi*. Istilah *fujoshi* pertama kali populer di Jepang yang sering juga diartikan sebagai gadis busuk. Makna dari sebutan gadis busuk adalah mereka menganggap para perempuan yang menyukai perilaku menyimpang ini sebagai sesuatu yang buruk (Galbraith 2011).

Di era modern ini, genre *boys love* tidak hanya dapat di nikmati dari *anime* atau *manga*. Dengan memanfaatkan internet dan media sosial membuat budaya populer Jepang perlahan tapi pasti menyebar ke seluruh negeri dan melahirkan komunitas-komunitas untuk mereka yang memiliki kesamaan yang sama. Sehingga sudah ada beberapa negara secara terang-

terangan membuat sebuah karya berbentuk gambar, tulisan, hingga audio-visual dengan menampilkan hubungan seksual dari dua laki-laki.

Adanya konten *boys love* dari berbagai negara semakin banyak pula konten yang dapat dinikmati oleh *fujoshi*. Terbukti dari series **2gether : the series** yang berasal dari Thailand selalu berhasil menduduki no.1 *Indonesia Trend* dan *Worldwide Trend* di *twitter* di setiap penayangan episode terbarunya. Sehingga dapat dinyatakan bahwa penikmat *boys love* sangat banyak dari berbagai kalangan di dunia khususnya di Indonesia.



Gambar 1.3. Drama Series 2gether masuk Worldwide Trends

Sumber : *Twitter*



Gambar 1.4. Drama Series 2gether masuk Indonesia Trends

Sumber : *Twitter*

Fujoshi di Indonesia juga cukup banyak dari kalangan *korean lovers*. Kelompok *fujoshi* yang berkembang di antara pecinta kebudayaan pop Korea cukup berbeda, mereka sering kali melakukan *pairing idol / ship* antara idol laki-laki dan idol laki-laki lainnya. Selain itu, *fujoshi* juga dapat menikmati konten *boys love* melalui cerita-cerita fiksi yang di buat oleh

penggemar atau *Fanfiction* seperti cerita di *wattpad* hingga *webtoon* yang dapat diakses di berbagai *website*.

Namun, masih banyak yang tidak mengetahui keberadaan seorang *fujoshi*, apalagi sebagai negara yang menganut norma-norma tentu saja sangat aneh dan dianggap tidak normal ketika seorang wanita menikmati konten homoerotis. Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959) menyatakan apabila para individu melakukan interaksi, maka mereka ingin menyajikan suatu pengertian diri tertentu yang akan diterima oleh orang lain.

Oleh karena itu, kebanyakan *fujoshi* lebih memilih menampilkan identitas dirinya sebagai *fujoshi* di media sosial khususnya di *twitter*, karena di *twitter* mereka dengan bebas saling berinteraksi. Bahkan mereka memiliki akun *fanbase* khusus untuk *fujoshi* sebagai wadah untuk bertukar informasi di *twitter*.



Gambar 1.5. Akun *Fanbase Fujoshi* di *Twitter*
Sumber : *Twitter*

Aktivitas para *fujoshi* sama saja dengan *fangirls* pada umumnya. Para *fangirls* akan terobsesi dengan sesuatu yang disukainya, begitu pun dengan *fujoshi* hanya saja hobi para *fujoshi* adalah mengonsumsi konten *boys love* dan karena kegemarannya tersebut para *fujoshi* dianggap aneh dan tidak normal. Pada kenyataannya tidak semua dari *fujoshi* memiliki disorientasi seksual, mereka tetaplah perempuan normal dan tetap memiliki ketertarikan terhadap laki-laki. Selain itu, *fujoshi* masih menjadi kelompok minoritas, sesuai dengan pengalaman peneliti ketika berbicara tentang *fujoshi* masih banyak yang belum tahu. Dalam hal ini peneliti tertarik meneliti bagaimana seorang *fujoshi* memanfaatkan media sosial *twitter* sebagai tempat mereka dalam mengekspresikan diri sebagai seorang *fujoshi*.

Penelitian tentang *fujoshi* sudah sering dilakukan di Indonesia. Seperti dalam penelitian Izmi Wardah Ammar dengan judul Eksistensi *Fujoshi* Di Kalangan Pecinta Kebudayaan Jepang (Studi Etnografi Terhadap Wanita Penyuka Fiksi Homoseksual Di Kota Medan, Sumatera Utara) dalam penelitiannya Izmi menjelaskan bagaimana para *fujoshi* menunjukkan identitasnya namun berfokus pada *fujoshi* di Kota Medan.

Tidak beda jauh dengan penelitian yang dilakukan oleh Al Islaniyah dengan judul Konstruksi Identitas *Fujoshi* Di Media Sosial *Instagram* (Studi Kasus *Korean Lovers* Di Surabaya) di mana dalam penelitiannya berfokus pada para *korean lovers* di Surabaya dalam mengkonstruksikan diri sebagai *fujoshi* dan bagaimana mereka berhubungan dengan *fujoshi* yang

lain melalui pemanfaatan fitur-fitur yang ada di *Instagram*, sebagai fenomena yang tengah berkembang saat ini.

Penelitian ini akan mengacu kepada kehidupan para *fujoshi* di tengah-tengah masyarakat umum Indonesia yang masih memegang teguh norma agama. Peneliti berusaha menganalisis bagaimana cara *fujoshi* menunjukkan identitasnya di *twitter* dan bagaimana perilaku seksualnya dari mengonsumsi konten *boys love*. Hal ini dilakukan oleh peneliti karena ingin mengetahui dan memahami bagaimana *fujoshi* yang umumnya masih bisa dikatakan sebagai sebuah minoritas, menunjukkan identitas mereka sebagai seorang penggemar romantisme homoerotis di sebuah media sosial.

Dalam hal ini, berdasarkan hal-hal yang sudah dijelaskan di atas, studi yang ingin peneliti teliti adalah bagaimana *fujoshi* mengekspresikan dirinya di media sosial khususnya di *twitter* dengan judul penelitian **”Ekspresi Diri *Fujoshi* Terhadap Konten *Boys Love* di *Twitter*”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang tertulis di dalam latar belakang, secara garis besar peneliti akan berfokus kepada bagaimana seorang remaja perempuan menunjukkan identitasnya sebagai seorang *fujoshi* di media sosial *twitter*. Sehingga, penelitian ini disusun dengan tujuan menjawab pertanyaan utama, yaitu :

1. Bagaimanakah konsep diri pengguna media sosial *twitter* di kalangan *fujoshi*?

2. Bagaimanakah gambaran *fujoshi* dalam mengekspresikan identitas dirinya dan perilaku seksualnya di *twitter*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian tentu memiliki sebuah tujuan. Penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui konsep diri para *fujoshi* di media sosial *twitter*.
- b. Untuk mengetahui gambaran para *fujoshi* dalam mengekspresikan identitas dirinya dan perilaku seksualnya melalui *twitter*.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau referensi, serta menjadi pembanding untuk penelitian selanjutnya yang memiliki obyek atau permasalahan yang sama, yaitu berkaitan dengan identitas komunikasi dalam suatu komunitas.

- b. Kegunaan Praktis

- 1) Menambah pemahaman masyarakat umum mengenai *twitter* menjadi media berekspresi diri oleh para *fujoshi*.
- 2) Memberikan pemahaman mengenai bagaimana konten *boys love* dapat mempengaruhi seorang *fujoshi* dalam mengekspresikan dirinya di *twitter*.

D. Kerangka Konseptual

Perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih membawa perubahan besar kepada masyarakat. Munculnya media sosial

mengakibatkan adanya pergeseran pola perilaku masyarakat baik dari segi budaya, etika, dan norma. Hampir semua kalangan dapat mengakses media sosial sebagai media untuk memperoleh dan menyampaikan informasi di publik. Manfaat dari menggunakan media sosial adalah kita dengan mudah berinteraksi dengan banyak orang dan lebih mudah dalam mengekspresikan diri. Melalui media sosial, seseorang dapat mengungkapkan dan menunjukkan identitas mereka kepada pada pengguna lain.

Konten Boys Love

Dengan adanya perkembangan internet yang semakin pesat serta pemanfaatan dalam bermedia sosial membuat genre *boys love* ini semakin berkembang tidak hanya di Jepang tapi juga di berbagai negara termasuk Indonesia. Sehingga konten *boys love* tidak hanya dapat dinikmati di dalam komik Jepang, tetapi dapat pula dinikmati dalam bentuk audio visual dan karya-karya online lainnya. Genre *boys love* tentu saja mendapatkan tempat tersendiri oleh para penggemarnya. Namun, sebagai negara yang memiliki norma, sehingga genre *boys love* masih sulit di terima oleh masyarakat Indonesia, sesuai data observasi awal karena hubungan sesama jenis di anggap menyimpang. Konten *boys love* bukanlah suatu hal yang baru di masyarakat melainkan sudah menjadi hal yang tidak asing lagi. *Boys love* pertama kali populer di Jepang, menjadi salah satu genre karya fiksi populer Jepang yaitu *Anime* dan *Manga*.

Fujoshi

Dengan mengikuti perkembangan konten *boys love* sehingga tidak menutup kemungkinan keberadaan *fujoshi* tidak hanya ada di Jepang namun telah merambah ke berbagai negara termasuk Indonesia. *Fujoshi* adalah istilah untuk penggemar wanita yang suka menikmati genre *boys love*. Aoyama (2009) dalam penelitiannya menyebutkan *fujoshi* adalah *rotten girl* dapat juga diartikan sebagai gadis busuk atau gadis yang rusak. Istilah ini juga pertama kali populer di Jepang. Aktivitas *fujoshi* tidak beda jauh dengan '*fangirl*' atau penggemar pada umumnya yang ketika menyukai sesuatu, mereka akan rela mencari tahu dan membeli pernak-pernik yang berkaitan dengan kesukaannya tersebut. Begitu pun dengan aktivitas *fujoshi*, mereka membaca, menonton, dan mendengar segala hal tentang *boys love* atau *yaoi*. Bahkan konten-konten *boys love* yang mereka konsumsi sering kali membawa mereka kepada imajinasi-imajinasi liar terhadap pasangan yang mereka sukai.

Meskipun keberadaan *fujoshi* masih belum diketahui oleh banyak orang, tetapi jumlah *fujoshi* di Indonesia tidak bisa dikatakan sedikit. Selain itu, menunjukkan identitas diri sebagai seorang *fujoshi* di dunia nyata tidak serta merta keberadaannya diterima. Sesuai dengan observasi awal yang dilakukan peneliti, bahwa beberapa dari mereka bahkan menerima penolakan dan di anggap menjijikkan karena menyukai sesuatu yang menyimpan. Hal tersebut menjadi pemicu kenapa para *fujoshi* lebih memilih media sosial sebagai media untuk menunjukkan identitas diri. Selain karena

mereka bisa berinteraksi secara bebas dengan sesama *fujoshi*, mereka juga sangat mudah untuk menikmati konten-konten *boys love* yang banyak diposting di media sosial. Sehingga media sosial khususnya *twitter* menjadi pilihan para *fujoshi* dalam berekspresi sebagai ungkapan diri.

Di *twitter*, para *fujoshi* dengan bebas mengekspresikan diri mereka baik itu bersifat pribadi seperti identitas diri dan orientasi seksualnya tanpa takut dihakimi atau mendapatkan stigma buruk dari orang-orang di kehidupan nyata mereka. Tidak mudah dalam mengungkapkan identitas diri dan perilaku seksual bagi seorang *fujoshi* namun hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat bahwa mereka bisa memperlihatkan sisi pribadi serta dapat mengekspresikan tentang perilaku seksualnya di *twitter* dan mendapatkan kepuasan batin dengan menikmati konten *boys love*. Beberapa di antaranya secara terang-terangan menulis di biodata akun *twitter*nya atau melalui cuitannya bahwa dirinya seorang biseksual atau lesbian, beberapa di antaranya juga mengaku normal atau heteroseksual meskipun sering mengonsumsi konten *boys love*.

Perilaku *fujoshi* dalam mengekspresikan dirinya juga dapat dilihat dari mereka yang membuat *tweet* tentang konten *boys love*. Selain itu, mereka juga melakukan obrolan sesama *fujoshi* di *twitter* tentang bagaimana mereka menikmati konten homoseksual atau homoerotis dengan bahasa vulgar. Mengekspresikan diri di media sosial *twitter* dapat memberikan ruang kepada *fujoshi* untuk menampilkan identitas dirinya tanpa diketahui bahwa di kehidupannya melakukan negoisasi identitas.

Identitas Diri

Identitas adalah ciri khas yang melekat pada suatu individu. Menurut Erikson dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2020), identitas diri adalah suatu kondisi psikologis secara keseluruhan yang membuat individu menerima dirinya, memiliki orientasi, dan tujuan dalam mengarahkan hidup serta keyakinan internal dalam mempertimbangkan beberapa hal.

Islaniyah A. (2018) dalam penelitiannya menyatakan identitas diri adalah pemahaman tentang diri seseorang yang diketahui oleh orang lain yang digunakan untuk mengetahui karakteristik seseorang tersebut, serta menjadi pembeda antara diri seseorang dengan orang lain.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa identitas diri adalah bagaimana seorang individu bisa memahami dirinya, dan memiliki ciri khas sebagai pembeda dengan orang lain. Dalam penelitian ini, identitas diri yang dimaksud peneliti adalah bagaimana para *fujoshi* dalam menunjukkan identitasnya sebagai seorang *fujoshi* melalui aktivitas-aktivitasnya di *twitter*.

Konsep Diri

Mengungkapkan identitas diri di media sosial tentu tidak luput dari bagaimana konsep diri yang dimiliki oleh suatu individu tersebut. Konsep diri sangat erat kaitannya dengan diri individu, baik secara fisik, sosial, psikologi, pikiran, serta keyakinan yang diketahui dan dipahami oleh

individu tentang dirinya. William D. Brooks dalam buku Jalaluddin Rakhmat (2007: 99) mendefinisikan konsep diri sebagai “*those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others*”.

Konsep diri bukan faktor bawaan sejak lahir, namun terbentuk dari pengalaman-pengalaman. Agustiani dalam Purba (2014) mendefinisikan dasar dari konsep diri individu ditanamkan pada saat-saat dini di kehidupan anak dan menjadi dasar yang mempengaruhi tingkah lakunya di kemudian hari. Konsep diri bukan sekedar gambaran deskriptif, tapi juga penilaian individu terhadap dirinya. Konsep diri meliputi apa yang individu pikirkan dan apa yang dirasakan tentang dirinya sendiri. Rakhmat Jalaluddin (2007) dalam bukunya Psikologi Komunikasi menyebutkan ada dua komponen konsep diri yaitu komponen kognitif yang disebut citra diri (*self image*) dan komponen afektif yang disebut harga diri (*self esteem*).

Menurut Calhaoun dan Acocella dalam M. Nur Ghufron dan Rini Risnawati S (2012) konsep diri dibagi menjadi konsep diri positif dan konsep diri negatif. Apabila konsep diri seseorang positif, maka pengungkapan diri yang dimunculkan di media sosial positif pula bagi seseorang tersebut. Sebaliknya, apabila konsep diri seseorang negatif, maka ada pengungkapan diri dan dampak yang didapat dari seseorang tersebut cenderung negatif. Penelitian ini akan berfokus pada bagaimana *fujoshi* penikmat konten *boys love* membentuk konsep diri di media sosial dalam mengekspresikan identitas dirinya dan perilaku seksualnya di *twitter*.

Ekspresi Diri

Ekspresi diri atau *self expression* menurut Darlega, dkk dalam penelitian yang dilakukan oleh Leung (2002), adalah bentuk ungkapan diri kepada orang lain, biasanya dapat berupa pikiran, perasaan maupun pengalaman. Definisi ekspresi diri yang terkenal dikemukakan oleh Kim dan Ko (2007) mereka mendefinisikan ekspresi diri sebagai ekspresi pikiran dan perasaan seseorang, dan ekspresi ini dapat dicapai melalui kata-kata, pilihan atau tindakan. Kim dan Ko juga berpendapat bahwa ekspresi diri adalah salah satu nilai yang paling dihormati dalam peradaban Barat karena hampir menyentuh semua individu dalam masyarakat. Mereka juga menambahkan bahwa ekspresi diri adalah gagasan yang terkait erat dengan sekumpulan konsep positif, seperti kebebasan, kreativitas, gaya, keberanian, kepercayaan diri, dan bahkan penyembuhan dan spiritualitas.

Beberapa penelitian menjelaskan bahwa mengekspresikan diri begitu penting. Seperti yang dikemukakan oleh Judith Glaser dalam artikel De La Huerta (2014), bahwa ekspresi diri yang otentik tidak hanya mendorong kita untuk menjadi yang terbaik yang kita bisa, tapi juga memungkinkan kita untuk bekerja secara efektif dengan orang lain. Ekspresi diri otentik yang dimaksud adalah bagaimana seseorang bisa mengenal dirinya sendiri dari sifat dan tindakan positif yang kita simpan dan di kubur jauh di dalam permukaan yang lebih gelap dalam dirinya. .

Menurut Judith Glaser, saat kita terbuka dan mengekspresikan diri, kita pindah dari apa yang dia sebut keadaan perlindungan (memanjakan ego

kita dan menjaga ego kita dinding bagian dalam untuk melindungi diri kita sendiri) ke keadaan terbuka (terbuka untuk berbagi diri dengan orang lain dan sebaliknya). Terdapat 4 ruang lingkup informasi yang disampaikan seseorang kepada orang lain, salah satunya yaitu informasi yang bersifat pribadi mengenai dirinya sendiri, seperti keadaan perasaannya saat ini, psikologisnya, kesehatannya (Juweni dalam Masturah, 2013).

Pentingnya mengekspresikan diri dikemukakan oleh De Lea Huerta (2014) dalam artikelnya, dia berpendapat bahwa ekspresi diri adalah bagian penting dari teka-teki yang terpenuhi dalam hidup yang memungkinkan kita untuk menjadi yang terbaik dari diri kita, mencapai potensi penuh, dan memberikan kontribusi berharga bagi dunia tempat kita tinggal. Cara seseorang mengekspresikan dirinya berbeda-beda, tergantung kondisi.

Perilaku seksual

Perilaku seksual adalah segala perilaku yang muncul karena adanya dorongan seksual atau kegiatan mendapatkan kesenangan organ seksual dengan cara merangsang, baik dilakukan sendiri, dengan lawan jenis, ataupun sesama jenis (Aprilia R, 2017). Crooks dan Baur (1999) mengatakan, perilaku seksual adalah cara seseorang dalam mengekspresikan seksualnya, di antaranya dapat dengan *celibacy*, mimpi dan fantasi erotik, dan masturbasi.

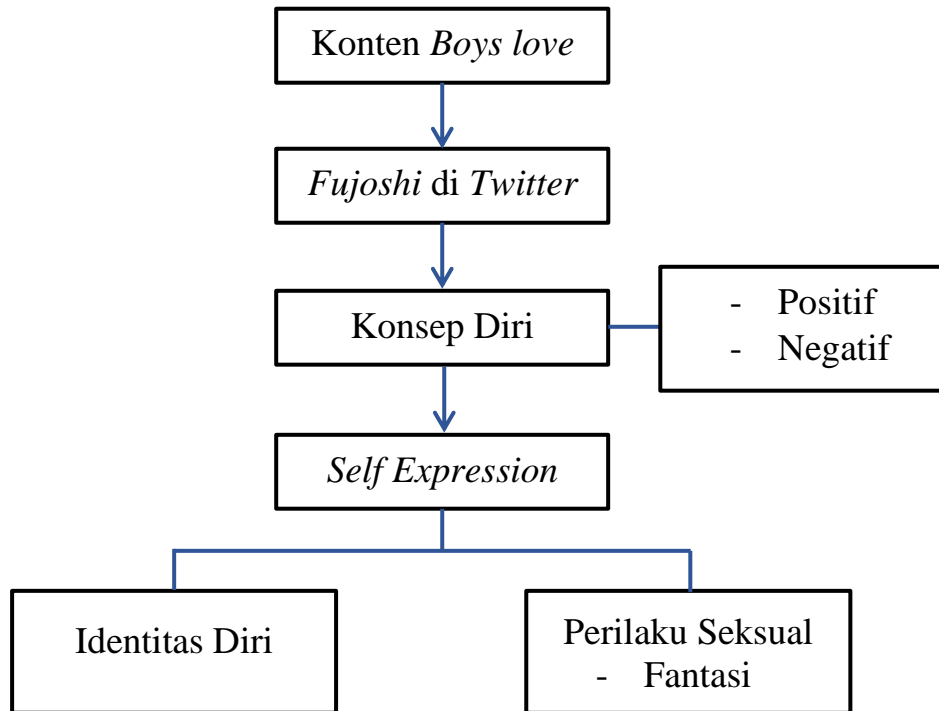
Twitter

Teknologi yang semakin canggih memberikan pengaruh besar terhadap kegiatan komunikasi manusia. Tamburaka (2013) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kehadiran media sosial sebagai salah satu wujud perkembangan teknologi yang dimanfaatkan manusia modern untuk berkomunikasi.

Twitter menjadi salah satu media sosial yang mengalami perkembangan pesat dan menjadi populer di kalangan masyarakat dari berbagai usia di dunia. *Twitter* adalah sebuah situs jejaring sosial yang bisa digunakan untuk membaca dan mengirim pesan oleh penggunanya hingga 140 karakter. *Twitter* tidak memiliki batasan ruang dan waktu sehingga penyampaian informasi dengan cepat sampai kepada penerima. Selain itu, pengguna tidak hanya memanfaatkan *twitter* sebagai media mendapatkan informasi namun mereka menjadikan *twitter* sebagai wadah menyalurkan aspirasi, mencari hiburan, dan eksistensi diri.

Menurut survey **statista.com** pada bulan Oktober 2020, Indonesia menjadi negara yang berhasil menduduki peringkat ketujuh sebagai

pengguna *twitter* terbesar di dunia dengan jumlah pengguna 13.2 juta orang.



Gambar 1.6. Gambaran Kerangka Konseptual Sederhana Peneliti
Sumber : Peneliti

E. Definisi Konseptual

1. Konsep diri adalah hal-hal yang berkaitan dengan ide, pikiran, kepercayaan, serta keyakinan yang diketahui dan dipahami oleh individu tentang dirinya.
2. Ekspresi diri atau *self expression* bentuk ungkapan diri kepada orang lain, biasanya dapat berupa pikiran, perasaan maupun pengalaman (Derlega, dkk dalam Leung, 2002)
3. Identitas diri adalah bagaimana seorang individu bisa memahami dirinya, dan memiliki ciri khas sebagai pembeda dengan orang lain.

4. Perilaku seksual adalah tingkah laku individu yang didorong oleh hasrat seksual, baik dengan lawan jenis maupun dengan sesama jenis (Sarwono, 2011). Banyak bentuk dari perilaku seksual, salah satunya adalah fantasi erotik yang dilakukan oleh perempuan.
5. *Fujoshi* adalah istilah untuk penggemar perempuan yang memiliki ketertarikan terhadap hubungan antara laki-laki dengan laki-laki atau sering disebut juga dengan *boys love*. Dapat juga diartikan sebagai *rotten girl* atau gadis busuk. *Fujoshi* berasal dari dua kata, yaitu Fu (腐) berarti busuk dan Joshi (女子) diartikan wanita atau gadis. Dalam pengertian lainnya, *fujoshi* adalah sebuah sebutan untuk perempuan penggemar *yaoi*.
6. Konten *Boys love* adalah sebuah genre cerita fiksi dengan muatannya tentang hubungan laki-laki dengan laki-laki yang dapat dinikmati melalui media online, baik berupa teks maupun audio visual.
7. *Twitter* adalah sebuah situs web yang dapat digunakan untuk berinteraksi dengan orang lain.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yakni Maret sampai Mei 2021. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki objek yang berasal dari bagaimana *fujoshi* menunjukkan identitas gendernya dan perilaku seksualnya di media sosial *twitter*. Penelitian ini akan berfokus bagaimana aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh para *fujoshi*

di *twitter* dalam mengekspresikan diri mereka sebagai perempuan penikmat konten *boys love*.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di media sosial *twitter*. Alasan peneliti memilih *twitter* karena beberapa hal. Pertama, karena *twitter* menjadi salah satu media sosial yang tidak memiliki batasan, paling populer dan mengalami peningkatan pengguna harian pada tahun 2020. Kedua, sesuai pengalaman peneliti yang aktif sejak 2 tahun terakhir, peneliti banyak mendapatkan remaja-remaja perempuan yang tertarik dengan konten *boys love* lebih aktif menggunakan *twitter* sebagai tempat menunjukkan identitas diri dibandingkan media sosial lainnya.

3. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut A. Strauss dan Juliet Corbin (1990) mereka definisikan metode penelitian kualitatif sebagai penelitian yang temuan-temuannya tidak didapatkan dari metode statistik ataupun bentuk perhitungan. Pendekatan kualitatif ini dipilih oleh peneliti karena diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, ataupun, organisasi khususnya dalam penelitian ini adalah *fujoshi*.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah netnografi. Netnografi adalah jenis lain dari etnografi di mana kajiannya lebih di

khususkan pada budaya dan komunitas online. Menurut Hine dalam penelitian yang dilakukan oleh Suryadi Umar (2017) menyebutkan bahwa netnografi adalah etnografi virtual. Baym (Suryadi U, 2017) menyatakan bahwa, metode netnografi menggunakan dan menggabungkan metode-metode yang berbeda dalam sebuah pendekatan tunggal yang fokus pada studi tentang komunitas dan kebudayaan di dunia internet.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui:

- 1) Observasi Partisipatif (*participant observation*), observasi dilakukan oleh peneliti dengan berpartisipasi langsung dan aktif bermedia sosial khususnya *twitter* dan menjadi bagian dari seorang *fujoshi*. Pada tahap ini peneliti telah memiliki akun *twitter* dengan jumlah followers 1.333 yang di dominasi oleh para *fujoshi* remaja, sehingga peneliti bisa mengamati dan berpartisipasi langsung serta melakukan interaksi dengan *fujoshi*. Misalnya membalas *tweet* atau memposting konten homoromantis untuk mendapatkan respon. Sedangkan untuk mendapatkan data yang bersifat pribadi, peneliti melakukan interaksi melalui *Direct Messange*.

2) Wawancara, wawancara di lakukan secara online atau *online interview*. Peneliti akan melakukan wawancara tidak langsung melalui media sosial yaitu dengan fitur direct messange atau whatsapp. Wawancara menggunakan *chatting* kemudian di *capturing* (Kozinets, 2010)

b. Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini adalah studi pustaka yang berasal dari buku-buku, jurnal, artikel di internet, dan media sosial untuk membantu menganalisis hasil wawancara yang sudah di transkrip.

5. Informan

Adapun informan penelitian dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Peneliti mengambil sampel 5 informan dari *fujoshi* dengan beberapa kriteria yang telah di tentukan oleh peneliti, antara lain:

- a. Perempuan dengan umur 18 – 22 tahun;
- b. Mempunyai akun *twitter* dan masih aktif;
- c. Masih aktif melakukan aktifitas sebagai *fujoshi*;
- d. Menyukai konten *boys love* yang berbasis di Jepang, Thailand, dan Korea. Baik itu dalam bentuk film, *manga*, *fanfiction*, dan *idol pairin*;
- e. Sudah menjadi *fujoshi* selama minimal 1 tahun.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini bersifat deskriptif maka teknik analisis data yang dianggap relevan adalah analisis data kualitatif yaitu memaparkan, menganalisis, dan mengulas informasi dari informan yang berkompeten dengan masalah yang diteliti. Menurut, Miles dan Huberman (1984) bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Adapun aktivitas dalam analisis data, yaitu :

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh informasi berupa kalimat-kalimat yang telah diperoleh dari wawancara secara mendalam dokumen dan kegiatan observasi. Data yang diperoleh merupakan data yang tidak terstruktur maka perlu dianalisis agar data menjadi terstruktur.

b. Reduksi Data

Mereduksi data artinya memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian menyederhanakan dan menyusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting tentang hasil temuan dan maknanya. Pada proses reduksi data, hanya temuan data atau temuan yang berkenaan dengan permasalahan penelitian saja yang direduksi. Dengan kata lain reduksi data digunakan untuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan

membuang yang tidak penting, serta mengorganisasikan data, sehingga memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan. Reduksi kata penting untuk dilakukan karena data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci.

c. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya.

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan memang telah didukung oleh bukti-bukti yang terpercaya dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Diri

1. Definisi Konsep Diri

Definisi konsep diri menurut William D. Brooks dalam Jalaluddin Rakhmat (2007) “*those physical, social, and psychological perceptions of ourselves that we have derived from experiences and our interaction with others*”. Menurut Calhaoun dan Acocella dalam M. Nur Ghufon dan Rini Risnawati S, (2014) konsep diri sebagai gambaran mental diri seseorang. Menurut Chaplin, dalam kamus lengkap psikologi, konsep diri adalah evaluasi individu mengenai dirinya sendiri, penilaian dan penafsiran mengenai diri sendiri oleh individu yang bersangkutan

Anita Taylor dalam Jalaluddin Rakhmat (2007) mendefinisikan konsep diri sebagai “*all you think and feel about you, the entire complex of beliefs and attitudes you hold about yourself*”. Dari beberapa pengertian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa konsep diri adalah gambaran seseorang mengenai dirinya sendiri maupun pandangan diri dari orang lain baik dari segi psikologis maupun fisik.

2. Jenis – Jenis Konsep Diri

Menurut Calhaoun dan Acocella dalam M. Nur Ghufon dan Rini Risnawati S (2014) konsep diri dibagi menjadi konsep diri positif dan konsep diri negatif. Keduanya memiliki ciri-ciri yang sangat berbeda

antara karakteristik konsep diri positif dan karakteristik konsep diri yang negatif.

a. Konsep Diri Positif

Coopersmith dalam Jalaluddin Rakhmat (2007) mengemukakan karakteristik dari konsep diri positif memiliki, yaitu bebas mengemukakan pendapat, cenderung memiliki motivasi tinggi untuk mencapai prestasi, mampu mengaktualisasikan potensinya dan mampu menyelaraskan diri dengan lingkungannya.

Sejalan dengan pendapat Brooks dan Emmert dalam Jalaluddin Rakhmat (2007) yang menyatakan bahwa seseorang dengan konsep diri positif ditandai dengan lima hal, yakni :

- 1) Yakin akan kemampuannya mengatasi masalah
- 2) Merasa setara dengan orang lain
- 3) Menerima pujian tanpa rasa malu
- 4) Menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat
- 5) Ia mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubahnya.

b. Konsep Diri Negatif

Revina Silaen (2016) mengatakan bahwa seseorang dengan konsep diri negatif akan mudah menyerah sebelum berperang dan jika

ia mengalami kegagalan akan menyalahkan diri sendiri maupun menyalahkan orang lain. Menurut William D. dan Philip E dalam Jalaluddin Rakhmat, (2007) ada lima tanda orang yang memiliki konsep diri negatif, yaitu:

- 1) Peka pada kritik. Orang ini sangat tidak tahan terhadap kritik yang diterimanya, dan mudah marah.
- 2) Responsif sekali terhadap pujian. Walaupun ia mungkin berpura-pura menghindari pujian, ia tidak dapat menyembunyikan antusiasmenya pada waktu menerima pujian, segala macam embel-embel yang menunjang harga dirinya menjadi pusat perhatiannya.
- 3) Cenderung merasa tidak disenangi orang lain. Ia merasa tidak diperhatikan. Ia tidak akan pernah mempersalahkan dirinya, tetapi akan menganggap dirinya sebagai korban dari sistem sosial yang tidak beres.
- 4) Cenderung bersikap hiperkritis. Ia selalu meremehkan, mengeluh, dan mencela apapun dan siapapun. Tidak pandai dan tidak sanggup mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain.
- 5) Bersikap pesimis terhadap kompetisi seperti terungkap dalam keengganannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi.

3. Dimensi - Dimensi dalam Konsep Diri

Menurut Fitts dalam Silaen Revina (2016) konsep diri memiliki dua dimensi pokok, yaitu :

a. Dimensi Internal

Dimensi internal atau yang disebut juga kerangka acuan internal (*internal frame reference*) adalah penilaian yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan dunia di dalam dirinya. Fitts dalam Silaen Revina (2016) dimensi ini terdiri dari tiga bentuk Fitts.

- 1) **Diri Identitas (*Identity Self*)** merupakan aspek yang paling mendasar pada konsep diri dan mengacu pada pertanyaan, “Siapakah saya?” Dalam pertanyaan tersebut tercakup label-label dan simbol-simbol yang diberikan kepada diri (*self*) oleh individu yang bersangkutan. Selain itu, semakin bertambahnya usia dan interaksi dengan lingkungannya, pengetahuan individu tentang dirinya juga bertambah, sehingga ia dapat melengkapi keterangan tentang dirinya dengan hal-hal yang lebih kompleks.
- 2) **Pelaku (*Behavioral Self*)** merupakan persepsi individu tentang tingkah lakunya, yang berisikan segala kesadaran mengenai “*apa yang dilakukan oleh diri*”. Behavioral Seld ini berkaitan erat dengan diri identitas. Adanya keserasian antara diri identitas dengan diri pelakunya jika diri pelaku

kuta, sehingga ia dapat mengenali dan menerima, baik diri sebagai identitas maupun diri sebagai pelaku.

- 3) **Diri Penerima/Penilai (*Judging Self*)** kedudukan diri penilai adalah sebagai perantara (mediator) antara diri identitas dan diri pelaku. Selain itu, memiliki fungsi sebagai pengamat, standar, dan evaluator. Diri penilai menentukan kepuasan seseorang akan dirinya atau seberapa jauh seseorang menerima dirinya. Kepuasan diri yang rendah akan menimbulkan harga diri (*self esteem*) yang rendah pula dan akan mengembangkan ketidakpercayaan yang mendasar pada dirinya dan begitu juga sebaliknya

f. Dimensi Eksternal

Pada bagian dimensi eksternal, seseorang menilai dirinya melalui hubungan dan aktivitas sosialnya, nilai-nilai yang dianutnya, serta hal-hal lain di luar dirinya. Definisi Fitts dalam Silaen Revina (2016) tentang dimensi eksternal adalah bersifat umum bagi semua orang dan dibedakan atas lima bentuk yaitu :

1) Diri Fisik (*Physical Self*)

Menyangkut persepsi seseorang terhadap keadaan dirinya secara fisik, terlihat dari persepsi seseorang mengenai kesehatan dirinya, penampilan dirinya (cantik, jelek, menarik, tidak menarik) dan keadaan tubuhnya (tinggi, pendek, gemuk, kurus).

2) Diri Etika-moral (*Moral-Ethical Self*)

Persepsi seseorang terhadap dirinya dilihat dari standar pertimbangan nilai moral dan etika. Hal ini menyangkut persepsi seseorang mengenai hubungan dengan Tuhan, kepuasan seseorang akan kehidupan keagamaannya dan nilai-nilai moral yang dipegangnya, yang meliputi batasan baik dan buruk.

3) Diri Pribadi (*Personal Self*)

Perasaan atau persepsi seseorang tentang keadaan pribadinya. Hal ini tidak dipengaruhi oleh kondisi fisik atau hubungan dengan orang lain, tetapi dipengaruhi oleh sejauh mana individu merasa puas terhadap pribadinya atau sejauh mana ia merasa dirinya sebagai pribadi yang tepat.

4) Diri Keluarga (*Family Self*)

Diri keluarga menunjukkan perasaan dan harga diri seseorang dalam sebagai anggota keluarga. Seberapa jauh seseorang merasa memadai terhadap dirinya sebagai anggota keluarga, terhadap peran maupun fungsi yang dijalankannya sebagai anggota dari suatu keluarga.

5) Diri Sosial (*Social Self*)

Bagian ini merupakan penilaian individu terhadap interaksi dirinya dengan orang lain maupun lingkungan sekitarnya. Seseorang tidak dapat begitu saja menilai bahwa ia memiliki

fisik yang baik tanpa adanya reaksi dari orang lain yang memperlihatkan bahwa secara fisik ia memang menarik. Demikian pula seseorang tidak dapat mengatakan bahwa ia memiliki diri pribadi yang baik tanpa adanya tanggapan atau reaksi orang lain di sekitarnya yang menunjukkan bahwa ia memang memiliki pribadi yang baik.

4. Faktor - Faktor Pembentukan Konsep Diri

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri menurut Devito dalam buku yang berjudul *The Interpersonel Communication Book* (2013), yaitu :

a. *Others Image*

Others Images merupakan orang yang mengatakan siapa anda, melihat citra diri dengan mengungkapkannya melalui perilaku dan aksi. Konsep diri seseorang dibentuk karena adanya orang-orang yang paling penting dalam hidup seseorang seperti orang tua.

b. Orang lain

Richard dan W.J Humber, 1966 (dalam Zelfia, 2019) menamai orang lain sebagai *affective others*, dimana orang lain yang mengenal kita mempunyai ikatan emosional. Pandangan diri kita tentang keseluruhan pandangan orang lain terhadap kita disebut *generalized others*. Konsep diri ini berasal dari George H. Mead, di mana kita memandang diri kita seperti orang lain

memandangnya, berarti mencoba menempatkan diri kita seperti orang lain memandangnya.

c. Budaya

Melalui orang tua, pendidikan, latar belakang, makna akan ditanamkan keyakinan, nilai agama, ras, sifat, nasional untuk membentuk konsep diri seseorang. Contohnya, ketika seseorang mempunyai latar belakang budaya yang sangat baik dan memiliki etika maka orang tersebut memiliki konsep diri positif.

5. Proses Terbentuknya Konsep Diri

Konsep diri yang ada pada individu adalah sebagai bentuk keyakinan dirinya bahwa ia mampu dan bisa untuk menyelesaikan berbagai persoalan yang dihadapinya. Konsep diri menjadi penentu dalam gagalnya seseorang menjalani kehidupannya. Konsep diri seseorang dinyatakan melalui sikap dirinya dalam suatu lingkungan.

George H. Mead (Jalaluddin Rakhmat, 2007) dalam buku *Introducing Communication Theory Analysis an Aplication Third Edition* konsep diri pada seseorang muncul bukan dari pikiran seseorang tersebut terlebih dahulu melainkan dari pemikiran atau pandangan dari orang lain terhadap diri kita dan baru diikuti pemikiran yang muncul pada diri. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologi, sosial dan fisik. Konsep diri pada dasarnya tersusun atas berbagai tahapan yaitu:

a. Konsep diri primer

Konsep ini terbentuk atas dasar pengalamannya terhadap lingkungan, yaitu lingkungan rumahnya sendiri. Pengalaman yang berbeda diterima melalui anggota rumah, baik dari orang tua, nenek, paman, atau saudara kandung. Konsep tentang bagaimana dirinya banyak bermula dari perbandingan antara dirinya dan saudaranya yang lain.

b. Konsep diri sekunder

Konsep ini banyak ditentukan oleh konsep diri primernya, misalnya apabila konsep diri primer seseorang adalah pendiam, tidak nakal, tidak suka keributan, maka ia akan memilih teman bermain yang sesuai dengan konsep diri yang sudah dimilikinya dan teman-teman baru yang nantinya menunjang terbentuknya konsep diri sekunder.

Konsep diri terbentuk karena adanya interaksi individu dengan orang-orang di sekitarnya. Apa yang dipersepsi individu lain mengenai diri individu, tidak terlepas dari struktur, peran dan status sosial yang disandang seorang individu.

B. Ekspresi Diri (*Self Expression*)

1. Definisi Ekspresi Diri

Definisi terkenal ekspresi diri dikemukakan oleh Kim dan Ko (2007) mereka mendefinisikan ekspresi diri sebagai ekspresi pikiran dan perasaan seseorang, dan ekspresi ini dapat dicapai melalui kata-

kata, pilihan atau tindakan. Kim dan Ko juga berpendapat bahwa ekspresi diri adalah salah satu nilai yang paling dihormati dalam peradaban Barat karena hampir menyentuh semua individu dalam masyarakat. Mereka juga menambahkan bahwa ekspresi diri adalah gagasan yang terkait erat dengan sekumpulan konsep positif, seperti kebebasan, kreativitas, gaya, keberanian, kepercayaan diri, dan bahkan penyembuhan dan spiritualitas

Ekspresi diri atau *self expression* menurut Darlega, dkk dalam penelitian yang dilakukan oleh Leung (2002), adalah bentuk ungkapan diri kepada orang lain, biasanya dapat berupa pikiran, perasaan maupun pengalaman. Menurut Wheless dan Grotz (dalam Leung, 2002) ekspresi diri dipersepsikan sebagai bentuk apapun informasi yang terkait diri pribadi kepada seseorang sebagai bentuk komunikasi dengan orang lain. Widodo dalam penelitian Amalia Rachmawati (2019) mendefinisikan ekspresi diri sebagai ungkapan tentang diri individu tersebut kepada orang lain secara lisan, selain ungkapan diri terhadap pikiran, perasaan serta pengalaman yang terdapat di dalamnya.

Dari beberapa definisi di atas, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa ekspresi diri adalah suatu ungkapan seseorang tentang informasi diri pribadi baik dengan bentuk kata-kata atau tindakan.

2. Aspek - Aspek Ekspresi Diri

Menurut Juweni (Amalia Rachmawati, 2019) ada beberapa aspek dalam mengungkapkan diri atau mengekspresikan diri, yaitu:

- a. Informasi pribadi, meliputi suatu informasi tentang dirinya seperti keadaan diri pribadi, kesehatan jasmani, keuangan yang dimiliki, agama, moral.
- b. Informasi sosial yang berhubungan dengan lingkungan sosial, kegiatan sosial kejiwaan, serta keadaan rumah atau keluarga.
- c. Informasi karir, informasi yang mengenai masa depan seperti pekerjaan yang diinginkan.
- d. Informasi pendidikan informasi yang mengenai kurikulum pendidikan.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspresi Diri

Menurut Widodo (Amalia, 2019), pengungkapan atau mengekspresikan diri adalah salah faktor yang menentukan keberhasilan dalam berinteraksi Seseorang yang mampu mengungkapkan diri memiliki ciri-ciri yaitu memiliki rasa tertarik kepada orang lain, percaya diri, mampu untuk menggali pikiran-pikiran serta pera perasaan secara tepat dan percaya terhadap orang lain. Adapun menurut Sherwin (dalam Rizka, 2018), bahwa faktor-faktor lainnya yang mendorong seseorang untuk mengekspresikan diri antara lain:

- a. Emosi berupa perasaan, sikap ataupun yang sedang dirasakan saat itu.
- b. Hubungan dengan orang lain yang menunjukkan kedekatan yang lebih besar secara interpersonal.
- c. Hal pribadi mengenal kebenaran pribadi seseorang, menguntungkan atau tidak menguntungkan.
- d. Masalah atau konflik dari tidak sepekatan yang dialami seseorang.
- e. Agama, kemampuan seseorang berbagi pandangan mengenai Tuhan melalui pengalaman, pikiran, dan emosi.
- f. Jenis kelamin., sebagai cara berkomunikasi ketika berada di dunia pria dan wanita.
- g. Perasaan, keterbukaan seseorang pada perasaan yang disukai ataupun tidak disukai.
- h. Pikiran, informasi yang ada dalam pikiran yang akan dibagikan kepada orang lain.
- i. Pekerjaan, belajar, dan prestasi yang merupakan tanggung jawab yang diharapkan dapat dipenuhi dalam waktu tertentu.

C. Identitas Diri

1. Definisi Identitas Diri

Ruth dalam Islaniyah (2018) mendefinisikan identitas diri seseorang didasarkan pada keunikan karakteristik pribadi yang dimiliki oleh seseorang. Identitas dapat juga diartikan dengan “siapa” seseorang

tersebut berperan dalam masyarakat. Seseorang akan berperan berbeda-beda sesuai dengan status yang mereka miliki. Hal tersebut sejalan dengan definisi yang dinyatakan oleh Burke & Stets (2009) bahwa individu dapat memiliki banyak identitas karena mereka mempunyai banyak peran dalam kelompok atau masyarakat.

Menurut Papalia (2008) identitas diri adalah proses menjadi seorang individu yang unik dengan peran yang penting dalam hidup. Artinya seseorang dari kelompok sekaligus memiliki ciri-ciri yang berbeda dari kelompok tersebut. Menurut Erikson (dalam Rahma, 2020), identitas diri berarti perasaan, dapat berfungsi sebagai seseorang yang berdiri sendiri tetapi yang berhubungan erat dengan orang lain.

Dari beberapa definisi di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa identitas diri adalah kesadaran seseorang dalam memberikan arti tentang dirinya dan menjadi pembeda di antara kelompoknya. Seseorang yang berhasil mencapai suatu identitas yang stabil, akan memperoleh suatu pandangan yang jelas tentang dirinya, seperti memahami perbedaan dan persamaan dengan orang lain, serta menyadari kelebihan dan kekurangannya, penuh percaya diri, dan mengenal perannya dalam masyarakat.

D. Perilaku Seksual

Perilaku seksual adalah segala macam bentuk kegiatan yang dapat menyalurkan dorongan seksual seseorang (Sarwono, 2011). Sejalan dengan pernyataan Crooks dan Baur (1999), perilaku seksual adalah cara seseorang

dalam mengekspresikan seksualnya, di antaranya dapat dengan *celibacy*, mimpi dan fantasi erotik, serta masturbasi.

- 1. *Celibacy*.** Crooks dan Baur (1999) menyatakan *celibacy* memiliki arti seseorang yang telah matang secara fisik namun tidak melakukan perilaku seksual. *Celibacy* dibagi menjadi dua bagian yaitu *Complete Celibacy* (seorang individu tidak melakukan masturbasi dan hubungan seksual dengan orang lain), dan *Partial Celibacy* (seorang individu melakukan masturbasi tetapi tidak melakukan hubungan seksual dengan orang lain). Banyak faktor yang menjadi alasan mengapa *celibacy* terjadi kepada seseorang, salah satunya belum menemukan pasangan yang cocok untuk melakukan hubungan seksual.
- 2. *Mimpi dan fantasi erotik*.** Mimpi dan fantasi erotik merupakan pengalaman mental yang mungkin timbul dari imajinasi kita atau pengalaman hidup atau dapat dirangsang oleh buku, gambar, foto atau film (Crooks dan Baur, 1999). Crooks dan Baur melanjutkan bahwa ketika individu yang mengalami mimpi erotis terbangun, kadang kala terdapat tanda-tanda gairah seksual di antaranya seperti ereksi, keluarnya cairan vagina, atau pergerakan pinggul. Tidak beda jauh dengan fantasi, fantasi erotik bisa muncul ketika sedang melamun. Isi dari fantasi erotik pun bermacam-macam, biasa bersifat hubungan seksual yang di impikan, maupun yang telah di lakukan. Terdapat beberapa fungsi seseorang melakukan fantasi seksual menurut Crooks dan Baur (1999) di antaranya :

- a. Untuk memfasilitasi gairah seksual
- b. Untuk membayangkan kegiatan yang individu dan pasangannya belum pernah mereka lakukan sebelumnya
- c. Untuk meningkatkan daya tarik pasangan
- d. Untuk menghilangkan kebosanan tak menentu

3. Masturbasi. Masturbasi adalah aktivitas seksual yang dilakukan seseorang dengan cara menstimulasikan alat kelamin. Masturbasi memiliki banyak manfaat khususnya perempuan, salah satu manfaat dari bermasturbasi adalah perempuan dapat mengenali tubuh mereka.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku seksual seseorang (Sarwono, 2011) antara lain:

a. Faktor internal

Adanya perubahan terhadap hormon yang mengakibatkan hasrat seksual menjadi meningkat dan membutuhkan penyaluran dengan perilaku seksual tertentu.

b. Faktor eksternal

- a. Keluarga
- b. Pengetahuan dan sikap terhadap kesehatan reproduksi
- c. Penyebaran rangsangan seksual melalui media massa
- d. Lingkungan pergaulan

E. Popular *Culture* dan Perkembangan Konten *Boys love*

Dadan dan Winny (2008) mendefinisikan popular *culture* atau pop *culture* adalah nilai-nilai yang berasal dari industri hiburan, media, dan simbol mode yang ditujukan kepada masyarakat awam. Popular *culture* merupakan bentuk-bentuk perilaku sosial dan tentang bagaimana item-item produksi massa digunakan, di mana konsumen memiliki kontrol yang bertahap terhadap budaya mereka sendiri (Graeme Burton, 2012).

Sedangkan dalam buku *Cultural Theory and Popular Culture An Introduction*, John Storey tahun 2011, menjelaskan bahwa popular culture adalah :

An obvious starting point in any attempt to define popular culture is to say that popular culture is simply culture that is widely favoured or well liked by many people. And, undoubtedly, such a quantitative index would meet the approval of many people. (John Storey, 2011:5) Poin awal yang jelas dalam beberapa percobaan untuk mendefinisikan kebudayaan populer adalah kebudayaan sederhana yang menyokong secara luas atau disukai oleh banyak orang. Dan, pasti, dalam sisi kuantitatif akan diterima oleh banyak orang.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pop *culture* merupakan kebudayaan sederhana yang dibuat oleh masyarakat awam, yang dapat diterima atau disukai oleh banyak orang, terutama oleh kalangan remaja. Popular *culture* sering juga didefinisikan sebagai budaya yang berlawanan dengan budaya luhur. Popular *culture* sebagai budaya komersial yang di topang oleh gerak kapitalisme dan konsumerisme dalam seluruh aspek kehidupan.

Budaya pop juga memiliki ruang atau cakupan yang termasuk dalam budaya pop. Pertama yaitu *fashion* atau gaya berpakaian. Kedua yaitu

hiburan dari berbagai bidang seperti musik, seni rupa, puisi, novel, film, dan sebagainya. Ketiga yaitu makanan yang cepat saji dan menjadi tempat para remaja berkumpul (Dadan-winy, 2008). Popular culture memiliki karakter sebagai berikut :

1. Popular *culture* dibangun atas permisivitas akan nilai dan moralitas. Di sini, nilai dan moralitas tidak lagi di jadikan pijakan atau pegangan dalam pergaulan dan tata kehidupan lainnya.
2. Popular *culture* bersifat instan. Artinya budaya populer memberikan pemuasan sesaat, pasif, dan cenderung dangkal. Karena demikian, maka tak jarang budaya pop ini dipenuhi intrik seksualitas, konsumerisme, pemujaan atau kesenangan dan gaya hidup.
3. Popular *culture* bersifat massa, sehingga penyebarannya di tengah masyarakat demikian cepat lewat dukungan piranti komunikasi. Oleh karena itu, nilai-nilai yang terserap dengan segera akan meluas di tengah masyarakat, tak terkecuali nilai-nilai yang bertentangan dengan moralitas.
4. Popular *culture* didukung sepenuhnya oleh kapitalis global yang lebih menekankan pertumbuhan ekonomi tanpa kompromi dengan baik dan buruk. Kebudayaan massa diproduksi secara besar-besaran yang hanya bersandarkan logika dagang semata.

J-Pop atau Jepang pop adalah salah satu bentuk pop *culture* yang ada di Jepang. Pengertian J-pop *culture* bisa kita simpulkan dari pengertian akan popular *culture* yaitu kebudayaan yang bertentangan dengan kebudayaan

tradisional Jepang dan diciptakan secara massal di tengah-tengah masyarakat Jepang terutama anak muda (Dilla, 2018). J-pop *culture* tidak hanya diminati oleh anak muda tetapi juga oleh masyarakat modern Jepang yang menjadikan budaya populer bagian dari kehidupan sosial mereka. Selain itu, J-pop *culture* tidak hanya menyebar secara lokal tetapi juga meluas secara global, buktinya *manga*, *anime*, *style*, *game*, *music* dan *dorama* sering ditemukan di setiap negara di dunia.

Indonesia yang dikenal sebagai negara multi budaya juga terkena dampak dari J-pop *culture* yang di adopsi oleh anak-anak muda di Indonesia. Selain genre musik Jepang, dan anime, *manga* tidak kalah besar eksistensinya di Indonesia. Kata *manga* pertama kali digunakan oleh penerbit *hokusai*, di mana diterbitkannya sebuah buku sketsa yang berjudul *hokusai manga* pada tahun 1814. *Manga* memiliki dua suku kata yang artinya “tidak sengaja” atau “bertele-tele” dan “gambar” atau “coretan”. Hokusai sebagai penerbit *manga* pertama kali tidak pernah membayangkan jika kata *manga* menjadi sinonim yang mendunia. *Manga* mengalami perubahan setelah Osamu Tezuka menerbitkan *manga* yang memiliki cerita yang bisa dinikmati oleh semua kalangan dan disebut juga dengan modern *manga* (Hector Garcia dalam Dilla, 2018).

Pembuatan *manga* tidak akan lepas dari karya *manga-ka*. *Manga-ka* adalah seorang - *manga* artist atau pengarang komik. *Manga-ka* dibantu oleh asisten mereka yang memiliki tugas yang berbeda-beda seperti memperjelas garis, memberi latar belakang, memberi warna dan membuat ekspresi

menjadi jelas. Proses pembuatan *manga* tidaklah mudah, karena baik itu *manga-ka* dan editor harus saling bekerja sama baik dalam proses penggambaran dan jalan cerita dari *manga* tersebut. *Manga* memiliki berbagai macam genre, salah satunya genre *Boys love* atau cerita tentang percintaan antara dua laki-laki.

Genre *boys love*, *shounen-ai*, atau *yaoi* sebenarnya sama saja, hanya saja di dalam cerita *yaoi* lebih eksplisit dalam menunjukkan kegiatan bercinta tanpa sensor antara dua laki-laki atau homoerotis. Istilah *boys love* atau sering juga disingkat dengan BL dan *yaoi* bukanlah hal umum di Jepang, istilah ini pertama kali di buat oleh Yasuko Sakata dan Akiko Hatsu (Saito Tamaki, 2007). Dara (dalam Dilla, 2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa beberapa *manga-ka* juga tidak ragu menggambarkan alat vital pria secara jelas, sehingga perilaku seksual gay bisa dilihat secara jelas di dalam satu judul *manga*. *Manga* BL merupakan *manga* yang memiliki konten cerita berupa hubungan homoseksual, di mana cukup memiliki penggemar dari kalangan perempuan.

Manga BL terbit pertama kali pada tahun 1970-an karya Takemiya Keiko dan Hagio Moto yang berjudul *ki no uta dan tomasu no heart*. Pada tahun 1985 majalah *manga june* terbit sebagai media untuk menampung kreativitas dan ekspresi *manga-ka manga yaoi*. Dalziel dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwiny (2013) menyatakan bahwa meskipun kaum gay biasanya menggunakan istilah top dan bottom, berbeda dengan yang ada dalam *manga boys love* dikenal istilah bahasa Jepang yakni *Semeru*

(menyerang) dan Ukeru (menerima), istilah tersebut berasal dari ilmu bela diri namun telah dipakai sebagai konteks seksual selama berabad-abad lamanya.

Di era modern ini, genre *boys love* tidak hanya dapat dinikmati dari *anime* atau *manga*. Dengan adanya perkembangan internet dan media sosial membuat budaya populer Jepang perlahan menyebar ke seluruh negeri dan melahirkan komunitas-komunitas untuk mereka yang memiliki kesamaan yang sama. Beberapa negara bahkan sudah secara terang-terangan membuat sebuah karya dengan bergenre BL dalam bentuk gambar, tulisan, hingga audio-visual.

Contohnya series terkenal dari Thailand yaitu ***2gether : the series*** dengan jumlah tayangan 13 episode dan dibintangi oleh Metawin Opasiamkajorn (Win) dan Vachirawit Chiva-aree (Bright). Diadopsi dari novel Thailand dengan judul yang sama karangan JittiRain yang diterbitkan tahun 2019. Series ini menceritakan kisah percintaan dua remaja laki-laki yang bermula dari pacaran palsu, tetapi kemudian berkembang menjadi pasangan sungguhan, series ini tayang di saluran televisi Thailand dan bisa di akses dengan *streaming* di *website*.



Gambar 2.1. Poster **2gether: the series**
Sumber: Google

Banyaknya konten *boys love* dari berbagai negara semakin banyak pula konten yang dapat dinikmati oleh penggemarnya yang didominasi oleh para perempuan dewasa atau pun yang masih remaja Adapun istilah untuk perempuan yang menyukai genre *boys love* atau *yaoi* adalah *fujoshi*.