BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Istilah *fujoshi* saat ini sangat popular di kalangan remaja milenial. Penggemar yang menyukai tontonan homoerotis dan homoromantis ini disebut *fujoshi*, sejarah mengatakan bahwa julukan ini telah ada sejak tahun 1970-an, asal usul julukan itu sendiri berasal dari negara Jepang yang berhubungan juga dengan karya *J-Pop Culture* (Rianto. M, 2023). Masyarakat Jepang berkontribusi dan sangat mendukung dalam pembentukan *J-pop Culture*, budaya popular tersebut berupa *dorama* (drama televisi), *manga* (komik), *anime* (animasi), *game*, dan *J-music*.

Rianto. M (2023) menyebutkan *Fujoshi* merupakan awal istilah untuk wanita Jepang yang menyukai dan menikmati konten homoseksual atau disebut dengan *yaoi*, *fujoshi* merupakan kata homonym yang memiliki arti "wanita busuk" karena wanita-wanita ini menyukai hal-hal yang tidak lazim yaitu menyukai percintaan antara laki-laki. *Fujoshi* awalnya terbentuk karena menyukai *manga* (komik), novel dan *anime* yang berunsur pada percintaan sesama laki-laki atau homoerotis.

Manga yaitu komik yang berasal dari Jepang, istilah *manga* memiliki makna "gambar tidak bergerak", *manga* memiliki banyak genre, salah satunya genre *boys love* atau dapat disebut juga dengan *yaoi*. Pada ranah *anime* dan *manga*, genre *boys love* lebih ditujukan kepada para perempuan muda, yang istilahnya disebut *Manga Shojo* (Hidayati. M dan Hidayat M. A).

Manga yaoi muncul dan dikembangkan oleh karya-karya dari Takemiya Keiko dan Hagio Moto, yang berjudul "*Ki no Uta*" dan "*Tomasu No Heart*" yang pertama kali terbit pada tahun 1985. Takemiya menjelaskan bahwa dalam diri manusia terdapat dua sisi atau identitas gender, yaitu *feminine* dan *maskulin*, melalui karya dari Takemiya ini lahir pemikiran dan berhasil menggambarkan dualisme gender yang ada pada manusia (Rianto. M, 2023).

Universitas Nasional

Komik bergenre *boys love* pertama kali muncul di Indonesia pada tahun 2000-an, sebagian besar komik *boys love* yang tersebar di Indonesia bergenre *Shonen Ai* yang mengandung konten seksual. Internet merupakan sumber utama penggemar *fujoshi* di Indonesia, terutama animasi dan drama series *boys love. Fujoshi* di Indonesia mendapatkan karya-karya fiksi *boys love* dari WebToon, Wattpad, Youtube, Telegram, dan situs-situs seperti AarinFantasy, Mangago, JuneManga, MangaPark, dan lain sebagainya (Hidayati. M dan Hidayat M. A, 2021).

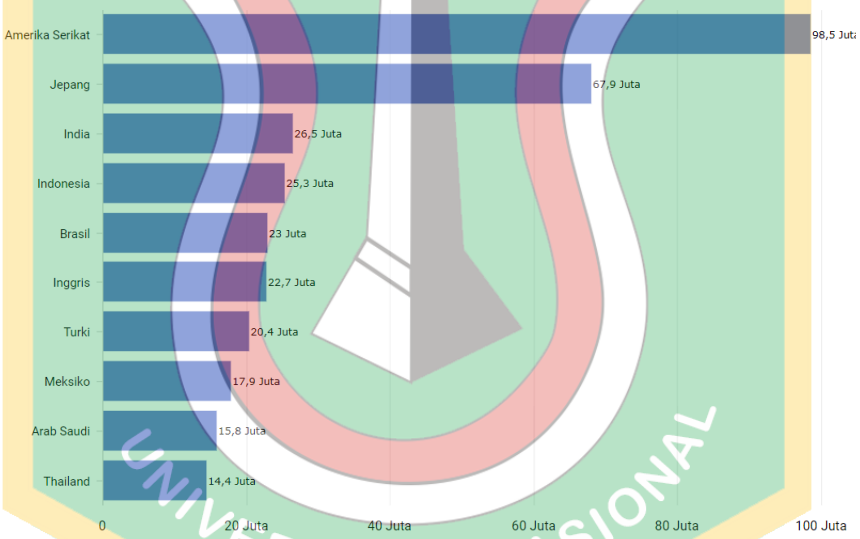
Sejarah munculnya fenomena *fujoshi* di Indonesia sudah mulai muncul pada tahun 2008. Pada tahun 2014 muncul sebuah situs web Kaskus yang mengunggah forum bertema "Curhatan-Curhatan Para *Fujoshi"* sehingga ditemukan suatu kebenaran dari salah seorang *fujoshi* yang ternyata memiliki hubungan rahasia sesama jenis dan orientasi seksualnya berubah menjadi penyuka sesama jenis (Rasnika. W, 2021).

Seiring perkembangan zaman, genre *boys love* tidak hanya pada *manga* saja, namun berkembang salah satunya pada industri film, di Amerika produksi film *boys love* mulai ramai pada tahun 2013 yang berjudul *"Burning Blue"* film ini membahas masalah propaganda melawan prasangka LGBT pada militer Amerika Serikat. Jepang mulai merilis film *boys love* pada tahun 2006 yang berjudul "*Kotaro Terauchi"* yang memusatkan perhatian pada *humanity* tentang cinta yang terlarang. Negara-negara Asia seperti Thailand, Korea, Tiongkok, dan beberapa negara Asia lainnya juga mulai mengadaptasi genre ini (Top Koaysomboon, 2020).

Kesuksesan besar *Love Sick The Series* pada tahun 2014 telah mendorong industri perfilman Thailand untuk menghasilkan lebih banyak lagi serial bergenre *boys love*. Salah satu agensi *entertainment* Thailand yaitu GMMTV telah banyak memproduksi *series* dan film bergenre *boys love*. *Series* GMMTV yang mendapatkan perhatian dari komunitas *fujoshi* di Indonesia yaitu *2Gether: The Series* yang tayang perdana pada tanggal 21 Februari 2020 sampai 15 Mei 2020 dengan jumlah 13 episode dan jumlah penayangannya di *Youtube* mencapai (987.400.000) (Adeliya. N, 2020).

Sejak tayangnya *2Gether: The Series* membuat kenaikan signifikan komunitas *fujoshi* di Indonesia, sehingga *trending X* wilayah Indonesia sering terdapat *hashtag* atau tagar dari penggemar yang merayakan tayangnya series-series *boys love* lainnya.

X atau dulunya yang disebut dengan *Twitter* menjadi salah satu media sosial yang dipakai para komunitas *fujoshi* untuk mengetahui dan mengikuti jadwal dan aktivitas idola mereka, penulis seringkali melihat *hashtag* atau tagar mengenai *series boys love* menjadi *trending topic* di *X*, karena *X* adalah salah satu media sosial pembagi informasi yang *realtime*, yang mana akan selalu menampilkan hal *up to date* dari dunia nyata. *Trending topic* di *X* tidak hanya oleh mereka komunitas *fujoshi* namun diramaikan juga oleh seluruh pengguna *X* yang bahkan tidak mengerti apa-apa mengenai dunia media sosial.



Gambar 1.1. 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Twitter Terbanyak di Dunia (Juli 2023)

Sumber: Databoks "telah diolah kembali"

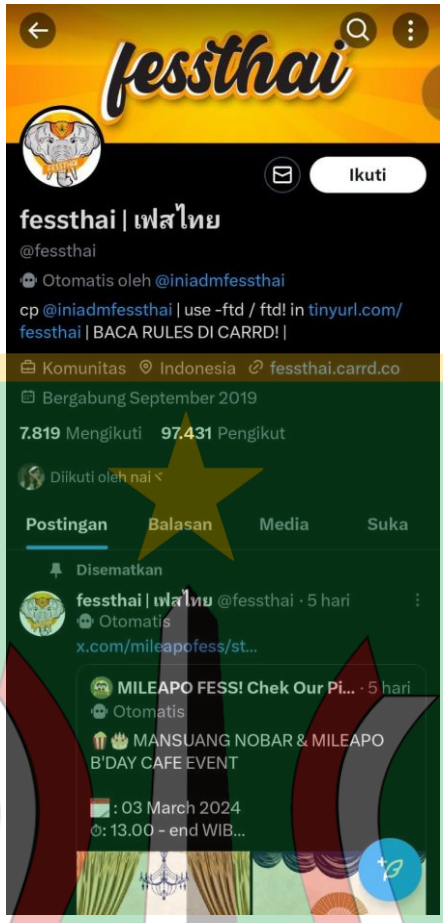
Pada bulan Oktober 2023, terdapat 666,2 juta pengguna *X* aktif di seluruh dunia, menurut survei *We Are Social*, sehingga platform milik Elon Musk ini pun menjadi aplikasi media sosial dengan pengguna terbanyak ke-12 di dunia. Negara dengan pengguna *X* terbanyak di seluruh dunia adalah Amerika Serikat, lalu diikuti oleh Jepang, India, Brasil, dan Indonesia yang berada diurutan keempat dengan total 27,5 juta pengguna (Cindy. M. A, 2023).

Gambar 1.2. Drama Series KinnPorsche dan CutiePie masuk Indonesia Trends

Sumber: Aplikasi X "telah diolah kembali"

Sebuah survei mengenai ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap hiburan *entertainment* Thailand telah dilakukan oleh IDN Times pada tahun 2020, dan berhasil mengumpulkan 425 responden dari berbagai daerah di Indonesia. Berdasarkan survei tersebut, rata-rata responden yang telah menjadi penggemar selama satu tahun atau kurang (34,1%) satu sampai dua tahun (20,6%) tiga sampai lima tahun (26,5%) dan lebih dari lima tahun (18,8%) jumlah orang yang intens mengikuti konten selama 1-2 hari per minggu, 3-4 hari per minggu, 5-6 hari per minggu dan setiap hari per minggu adalah 74,6%. Profesi yang digemari penggemar, aktor/aktris (95,8%), penyanyi Thai pop (2,4%) dan lainnya (1,8%). Alasan *fans* menyukai artis Thailand adalah: ketampanan (83,4%), bakat (79%), kepribadian (73,9%) dan (12,6%) lainnya (Triadanti, 2020).

Komunitas *fujoshi* sering membentuk akun komunitasnya di media sosial *X* yang berbentuk akun *base. Base* ini menjadi tempat mereka untuk berinteraksi, seperti saling mengikuti *(follow)*, memberikan komentar, dan berbagi informasi terkait minat mereka pada *boys love series* Thailand.



Gambar 1.3. Akun *Base* Komunitas *Fujoshi Boys Love Series* Thailand

Sumber: Aplikasi X "telah diolah Kembali"

Identitas diri merupakan pemahaman tentang diri seseorang yang dimiliki oleh orang lain dan digunakan untuk mengidentifikasi sifat-sifat seseorang dan membedakannya dari orang lain. Cara seseorang untuk menampilkan diri mereka di dunia maya berbeda-beda sesuai dengan media yang digunakan. Presentasi diri akan lebih konsisten jika medianya seperti blog pribadi atau *homepage*, tetapi situasinya akan berbeda jika media yang digunakan merupakan media sosial seperti *X, Facebook,* dan *Instagram*, hal ini dikarenakan pengguna dapat mengubah identitas virtual mereka berbeda dengan dunia nyata *(real life)*.

Identitas dibentuk melalui negosiasi dimana individu menyatakan, mengubah, atau menentang identifikasi yang diinginkan diri sendiri atau orang lain. Oleh karena itu negosiasi identitas perlu dilakukan sebagai upaya pertahanan identitas diri para *fujoshi* yang memungkinkan mereka untuk menempati ruang

yang sama di masyarakat sama seperti kelompok sosial dominan lain. Selain itu, negosiasi juga digunakan untuk menyelesaikan perselisihan dalam komunikasi dalam mencegah perundungan terhadap *fujoshi*.

Menurut diagram gender *performativity*, narasi homoseksual mungkin menarik bagi perempuan heterosexual (Dewi. P. A, 2012). Cerita *boys love,* yang sering ditemukan dalam komik atau *manga* yang diciptakan oleh perempuan untuk perempuan. Oleh karena itu, para perempuan dan laki-laki penggemar *boys love* ini terlibat dalam "permainan gender" yang memungkinkan perempuan dan laki-laki menjadi tertarik secara seksual *feminine* ataupun *maskulin* tanpa dibatasi oleh norma-norma sosial dan budaya masyarakat (Ammar. I. W, 2018).

Stigma yang berkembang di masyarakat bahwa jika seorang perempuan heteroseksual menikmati cerita homoseksual dalam buku komik, novel, dan serial, maka dia "tidak normal" karena tidak seperti kebanyakan orang lain, dimana kebanyakan orang tidak menyukai cerita homoseksual. Sedangkan bagi pria yang menikmati cerita tentang homoseksual dipandang sebagai banci dan penyuka sesama jenis (gay).

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk yang menganut agama Islam, yang memiliki nilai-nilai dan norma sosial tertentu terkait dengan moralitas dan seksualitas. Sebagai hasilnya, minat terhadap konten yang berisi hubungan romantis atau seksual antara karakter laki-laki mungkin dianggap tidak sesuai dengan norma-norma sosial yang ada. Beberapa individu yang tertarik pada budaya fujoshi mungkin menghadapi stigma atau diskriminasi dari masyarakat karena minat mereka dianggap tidak konvensional atau tidak wajar.

Kenyataannya, siapapun terlepas dari identitas gender atau orientasi seksualnya dapat menikmati cerita-cerita homoseksual (Mopashari. A, 2019). Oleh karena itu, kebanyakan lebih memilih menampakkan identitas dirinya di media sosial khususnya di media sosial *X*, karena di *X* mereka dengan bebas saling berinteraksi, bahkan mereka memiliki akun *fanbase* khusus untuk *fujoshi* sebagai wadah untuk bertukar informasi di *X*.

Penelitian mengenai hubungan identitas diri penggemar terhadap tontonan *boys love series* sudah sering dilakukan di Indonesia. Seperti pada penelitian Millah Ananda Yunita dengan judul Penonton *Boys' Love*: Ketertarikan, Respon dan Orientasi Seksual yang menjelaskan bagaimana para penonton *boys love series* memberikan gambaran tentang series bergenre *boys love* dan bagaimana orientasi seksual mereka setelah tertarik menonton *boys love series*.

Tidak beda jauh dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Fidela Arminda dan Anindra Guspa dengan judul Kontribusi *Celebrity Worship* Terhadap Orientasi Seksual Pada *Fujoshi* yang menjelaskan adanya pemujaan selebriti *(Celebrity Worship)* pada *fujoshi* sehingga adanya pergeseran orientasi seksual dari heteroseksual menjadi homoseksual.

Penelitian ini akan mengacu pada kehidupan komunitas *fujoshi* dan bagaimana mereka menggunakan identitasnya, membentuk identitas diri mereka di media sosial *X* serta penulis berusaha menganalisis bagaimana negosiasi identitas yang dilakukan oleh *fujoshi* dalam interaksi sosialnya dengan kelompok dominan *non-fujoshi*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, berikut ini adalah rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu:

Bagaimana identitas diri *fujoshi* melalui media sosial *X* terhadap tontonan boys love series Thailand.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian mengenai "Identitas Diri *Fujoshi* Melalui Media Sosial X (Fenomena *Boys Love Series* Thailand)" ini, yaitu:

Untuk mengetahui bagaimana identitas diri *fujoshi* melalui media sosial *X* terhadap tontonan *boys love series* Thailand.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian mengenai "Identitas Diri *Fujoshi* Melalui Media Sosial X (Fenomena *Boys Love Series* Thailand)" ini, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis/Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi studi komunikasi dan juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi identitas dan komunikasi virtual khususnya pada *cyber community*.

2. Manfaat Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam memahami dan mengetahui perkembangan dari dunia media yang terjadi di lingkungan masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan yang terdapat dalam penelitian kualitatif ini, diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN, dalam pendahuluan ini mencakup berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, dalam bab ini mencakup teori–teori yang relevan digunakan dalam penulisan penelitian ini untuk menganalisa dan merancang sistem yang diperoleh dari berbagai hasil wawancara mendalam. Selain itu, dalam bab ini berisi mengenai kebaruan penelitian, kajian pustaka, teori negosiasi identitas dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN, dalam bab ini berisi mencakup metode penelitian seperti pendekatakan penelitian, paradigma penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, teknik

keabsahan data, serta lokasi dan jadwal penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV PEMBAHASAN, dalam bab ini terdiri dari gambaran umum penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, pada bab terakhir ini merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari seluruh hasil penelitian ini.

UNIVERSITAS NASIONAL