

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pengaruh budaya Jepang tidak hanya terbatas di dalam negeri, tetapi juga telah tersebar dan mendapat popularitas di berbagai negara termasuk diantaranya adalah Indonesia. Salah satu aspek budaya Jepang yang sangat digemari dan dinikmati secara global adalah *anime* dan *manga*. McWilliams (2015) menjelaskan bahwa *anime*, istilah yang digunakan dalam bahasa Jepang dan merujuk pada semua jenis animasi, telah menjadi representasi baru, dimana negara barat menjadikan *anime* sebagai stereotip atau ciri khas dari Jepang (Gusri dkk., 2021, p.2). *Manga*, komik atau kartun buatan Jepang, juga mendapatkan popularitas global dan kerap diadaptasi menjadi anime. Menurut Bonnef (1998) komik adalah rangkaian ilustrasi dan teks yang bertujuan menyampaikan informasi kepada pembaca. Komik selalu menggunakan ruang gambar dengan pengaturan tata letak tertentu. Hal ini dilakukan agar ilustrasi dapat membentuk narasi yang dituangkan dalam bentuk visual dan simbol. Komik juga dianggap sebagai karya sastra, lebih tepatnya sastra bergambar (Soedarso, 2015).

Menurut laporan dari Grand View Research, pangsa pasar *manga* di seluruh dunia pada tahun 2022 mencapai 12,13 miliar dollar AS dan diprediksi akan meningkat sebesar 17,4 persen setiap tahunnya dari 2023 hingga 2030. Dengan proyeksi ini, pendapatan global industri *manga* diperkirakan akan mencapai 42,2 miliar dollar AS pada tahun 2030. Dengan pencapaian ini, industri *manga* Jepang akan berada pada tingkat yang sejajar dengan beberapa pemain besar lainnya di pasar komik global. Contohnya adalah Shueisha dan Shogakukan, dua perusahaan komik Jepang yang bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar seperti The Walt Disney Company, Warner Bros, Image Comics, IDW Publishing, dan Boom! Studios (Primantoro, 2023).

Menurut Tsusui (2008) istilah yang digunakan untuk menyebut penggemar fanatik *manga* dan *anime* adalah *otaku*. Pada awalnya, di Jepang istilah ini merujuk kepada individu yang memiliki obsesi yang kuat terhadap

suatu objek tertentu. Namun, dalam konteks modern, *otaku* secara khusus mengacu pada penggemar *manga* dan *anime*. Meskipun istilah ini kerap kali memiliki konotasi negatif di Jepang karena dianggap mencerminkan perilaku yang terisolasi sosial dan menyimpang dari norma atau perilaku yang dianggap normal oleh masyarakat. Sementara itu, di luar Jepang penggemar *manga* dan *anime* dengan bangga mengidentifikasi diri mereka sebagai *otaku*. Hal ini menunjukkan bagaimana persepsi terhadap istilah ini dapat bervariasi antara budaya, dan bagaimana *manga* dan *anime* telah mampu menyatukan penggemar dari berbagai belahan dunia tanpa memedulikan stigma yang melekat pada istilah *otaku* di Jepang (Phornprapha & Podsatiangool, 2019, p.402).

Dalam dunia *manga* dan *anime*, genre *boy's love* atau yang lebih dikenal dengan *yaoi* menarik perhatian sebagai fenomena yang unik. *Boy's Love* (BL), merupakan genre dari *anime*, *manga*, drama, film, dan karya seni lainnya yang berfokus pada hubungan romantis dan bahkan erotis antara sesama pria, dianggap oleh Savitri (2011) sebagai genre komik dan animasi Jepang yang mendapat perhatian luas. Fenomena ini menjadi menarik karena mayoritas penggemarnya berasal dari kalangan perempuan yang kerap disebut dengan *fujoshi*. Eksistensi *fujoshi* tidak hanya populer di Jepang tetapi juga mendapat sambutan di berbagai negara, termasuk Indonesia (Gusri dkk., 2021)

*Manga* dengan genre *yaoi* dijelaskan sebagai *manga* dengan tema, teks, dan (sub)genre roman pria dengan pria, yang umumnya dibuat oleh seniman atau penulis perempuan untuk pembaca perempuan. Singkatan dari *yaoi* adalah *yamanashi*, *ochinashi*, *iminashi*, yang berarti tanpa klimaks, tanpa akhir, tanpa arti. Pada awalnya, *yaoi* menggambarkan narasi yang hanya menampilkan adegan seks, tanpa plot atau perkembangan emosi. Namun, seiring berjalannya waktu, *yaoi* berkembang menjadi sesuatu yang berbeda dari maknanya yang asli. Saat ini, *yaoi* cenderung menekankan aspek romansa dan emosi. Sebaliknya, daripada menganggap adegan seks sebagai satu-satunya fokus, pengarang perempuan kini lebih menekankan adegan tersebut sebagai ungkapan dari cinta yang kompleks antara karakter-karakternya. *Yaoi* modern cenderung menunjukkan adegan seks secara samar dan tersirat, bukan lagi

secara rinci dan eksplisit (Liu, 2021). Genre *boy's love* memiliki dua sub-genre utama, yaitu *yaoi* dan *shounen-ai*. *Yaoi* cenderung lebih eksplisit, kerap kali menampilkan adegan hubungan seksual homoseksual tanpa memiliki alur cerita yang pasti. Di sisi lain, *shounen-ai* lebih menekankan kisah romantis dan perasaan emosional karakter, tanpa menyoroti hubungan seksual secara mendalam (Venya & Indun, 2022).

Menurut Akiko Mizoguchi, sejarah *yaoi* dapat dirangkum menjadi tiga periode utama. Periode pertama, dari tahun 1961 hingga 1978, adalah saat budaya *yaoi* lahir. Pada tahun 1961, Mori Mari menulis novel *yaoi* pertama yang berjudul "The Lover's Forest". Namun, pada masa tersebut, *yaoi* belum populer hingga masa keemasan manga *shojo* (komik untuk gadis) pada dekade 1970-an. Seiring dengan berkembangnya manga *shojo*, *yaoi* secara bertahap menjadi genre yang khusus dalam kategori ini (Liu, 2021, p.2574).

Pada poin kedua, Mizoguchi menjelaskan bahwa periode kedua perkembangan *yaoi* berlangsung dari tahun 1978 hingga 1991. Setelah booming pada tahun 1970-an, para produsen majalah melihat betapa populer *yaoi* dan mendirikan *June* pada tahun 1978 sebagai majalah yang fokus pada *yaoi*. *June* adalah majalah khusus untuk *yaoi* dan karya-karya dengan ciri khas tertentu, yang disebut *Tanbi mono* atau *June mono*. Dalam *June mono* ini, selalu ada pasangan muda dan tampan yang memulai hubungan romantis tetapi berakhir dengan tragedi, yang dimana cerita tersebut sebagian besar mengikuti pola tragedi Yunani. Selain itu, *June mono* menetapkan peran stereotipikal dari *seme* (*top*/penyerang) dan *uke* (*bottom*/tunduk). Pada periode ini, bermunculan *dojinshi* atau majalah *self-published*, yang menarik untuk dicatat bahwa meskipun dikembangkan di kalangan masyarakat biasa, *yaoi dojinshi* masih mengikuti pola yang sama dengan *June mono* (Liu, 2021, p.2574).

Pada poin ketiga, Mizoguchi menyoroti periode perkembangan *yaoi* yang berlangsung dari tahun 1991 hingga saat ini. Pada masa ini, terjadi popularisasi luas dan generalisasi trend *yaoi*. Pendirian komik BE-BOY pada tahun 1992 menandai momen transformasi, dimana *yaoi* diperluas ke dalam komik strip dan merupakan perubahan pertama dari pola *June mono*. Selain struktur tragedi yang khas dari cinta *bishonen* yaitu merujuk pada karakter laki-laki yang sangat

tampilan, kerap kali dengan ciri-ciri feminin yang menarik. Karakter *bishonen* kerap digambarkan dengan wajah yang halus, rambut panjang atau gaya rambut yang modis, serta tubuh yang ramping dan atletis, *yaoi* mulai menggabungkan *trope* pola dan tema yang kerap muncul dalam cerita menjadi lebih beragam. Misalnya, karakter-karakter yang muncul semakin menampilkan pria paruh baya dan berotot, serta peran karakter seperti *josama sasoi uke* (*uke* yang aktif seperti ratu) dan *hetare seme* (*seme* pemalu) yang muncul, yang mewakili pemutusan dari stereotip yang ada sebelumnya (Liu, 2021, p.2574).

Penggemar *yaoi* disebut dengan *fujoshi*. *Fujoshi* istilah yang merujuk pada perempuan yang menikmati genre *boy's love* atau *yaoi*, berkembang sebagai bagian dari budaya populer global yang terus berubah dan dipengaruhi oleh teknologi industri (Gusri dkk., 2021). Genre *boy's love* atau *yaoi* mayoritas digandrungi oleh kalangan perempuan akan tetapi, terdapat pula penggemar dari kalangan pria walau tidak sebanyak *fujoshi*. pria yang menikmati hiburan konten BL (*Boy's Love*), seperti *manga* dan *anime* disebut sebagai *fudanshi*. Asal usulnya berakar dari bahasa Jepang, di mana “*fuda*” bermakna “busuk”, dan “*shi*” digunakan untuk merujuk kepada pria. Secara harfiah, *fudanshi* dapat diartikan sebagai ‘pria busuk’ atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *rotten boy* (Gerungan dkk., 2022). Pada penelitian ini penulis akan berfokus pada, *fujoshi* karena sebagai mayoritas dalam komunitas penggemar BL, mewakili lebih banyak jumlah individu yang terlibat dalam fenomena tersebut. Dengan demikian, memilih *fujoshi* sebagai studi kasus akan memberikan gambaran yang lebih representatif tentang bagaimana pengaruh globalisasi memengaruhi persepsi masyarakat terhadap LGBTQ+.

Berdasarkan data dari Statista (2021) yang diperoleh dari survei yang dilakukan pada bulan Juli 2023 di Jepang, diperkirakan terdapat sekitar 630 ribu *otaku* atau penggemar *manga boy's love* (BL). Survei dari Chill Chill, penjual BL terkemuka di Jepang, menunjukkan bahwa dari total 1.378 pengguna Chiru Chiru dan pengikut Twitter Chiru Chiru yang mengikuti survei, rata-rata usianya sekitar 34 tahun. Ketika ditanya tentang jumlah pembelian BL setahun, sekitar 37,3% dari mereka mengatakan mereka menghabiskan lebih dari 100.000 yen, yang merupakan persentase tertinggi.

Sementara sekitar 24% menghabiskan antara 50.000 yen hingga kurang dari 100.000 yen, dan sekitar 13% menghabiskan kurang dari 10.000 yen dan selebihnya sekitar 25,7% merupakan gabungan dari pengguna yang menghabiskan 30.000 yen hingga 50.000 yen, kurang dari 10.000 yen, 500.000 yen atau lebih, dan kurang dari 5.000 yen. Dalam hal pembelian bulanan, sekitar 32,4% menghabiskan antara 10.000 hingga 30.000 yen, 25% menghabiskan kurang dari 10.000 yen, dan sekitar 30% menghabiskan 5.000 yen atau kurang dan selebihnya sekitar 12,6% merupakan gabungan dari pengguna yang menghabiskan 30.000 yen hingga 50.000 yen dan 50.000 yen hingga 100.000 yen. Ketika ditanya tentang jenis BL yang mereka beli, mayoritas membeli manga BL, diikuti oleh *dojinshi* dan novel BL, yang semuanya lebih memiliki peminat lebih banyak daripada CD, *merchandise* (figurine, *artprint*, gantungan kunci, dsb) ataupun event BL (Sandias Co., 2020).

Chill Chill melakukan survei lanjutan untuk melihat bagaimana para penggemar BL menangani keuangan mereka dan apakah pandemi COVID-19 telah berdampak pada perilaku konsumsi mereka terhadap konten BL. Tanggapan dari responden dibagi menjadi dua kategori: yang mengalami perubahan positif atau tidak ada perubahan sama sekali, dan yang mengalami perubahan negatif. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam kategori “Plus or No Changes” menyatakan bahwa mereka mengalami sedikit atau tidak ada perubahan dalam kebiasaan mereka terkait BL. Beberapa dari mereka menyatakan bahwa karena acara-acara terkait BL dibatalkan, mereka hanya menghemat uang yang seharusnya dihabiskan untuk acara tersebut. Sementara yang lain mengatakan bahwa mereka tetap membaca manga atau salinan elektronik BL seperti biasa tanpa ada perubahan signifikan.

Di sisi lain, responden dalam kategori “Minus” mengalami perubahan negatif dalam pengelolaan uang tambahan mereka. Beberapa dari mereka menyadari bahwa mereka telah membeli terlalu banyak buku BL baru atau barang-barang BL dengan uang tambahan yang mereka miliki. Sebagian lainnya menyatakan bahwa dengan dibatalkannya acara-acara, mereka justru membeli banyak barang BL sebagai pengganti. Terdapat pula yang

merencanakan untuk berpartisipasi dalam sebuah kelompok seniman yang membuat dan menerbitkan komik-komik buatan penggemar (*dojinshi*), tetapi rencana tersebut terpaksa ditunda atau dibatalkan karena situasi (Sandias Co., 2020).

Perkembangan *fujoshi* tentunya beriringan dengan semakin meluasnya industri seni yang menawarkan genre *boy's love*, fenomena *fujoshi* yang berasal dari Jepang kini tersebar di berbagai negara Asia seperti di Thailand, Filipina, China dan termasuk juga Indonesia. Dengan meningkatnya keterbukaan komunitas LGBTQ+, Thailand telah menjadi panggung utama bagi film dan seri *Boy's Love* (BL) yang mendapat sambutan positif di pasar lokal. Para kreator konten di Thailand mengadopsi genre ini dengan nama Seri Y, menandakan pengaruh budaya Jepang, khususnya istilah “*yaoi*”, yang mengacu pada hubungan homoerotis antara karakter pria dalam media fiktif (Komsantortermvasana dkk., 2022)

Pasar konten Y di Thailand dipandang sebagai salah satu aset ekonomi yang signifikan. Pemerintah Thailand telah mengumumkan bahwa nilai pasar konten Y di negara tersebut melebihi 1 miliar baht, dengan pasar ekspor utama termasuk Tiongkok, Jepang, Taiwan, Filipina, Indonesia, dan Amerika Latin. Langkah-langkah konkret telah diambil untuk mendukung pertumbuhan industri ini, seperti acara pencocokan bisnis konten Y secara online yang diadakan oleh Departemen Promosi Perdagangan Internasional pada bulan Juni tahun 2021. Dalam acara tersebut, 10 pencipta konten Thailand berpartisipasi, membantu menghasilkan lebih dari 360 juta baht dari penjualan konten Thailand (Komsantortermvasana dkk., 2022).

Kesuksesan dalam industri seri Y dapat dilihat dari popularitas “2gether”, sebuah seri Y Thailand yang diproduksi oleh GMMTV pada tahun 2020. Menurut laporan dari Nikkei, 2gether tidak hanya menjadi fenomena di pasar lokal Thailand, tetapi juga meraih prestasi luar biasa di Jepang. Di platform streaming Rakuten TV Jepang, 2gether series bahkan berhasil menduduki peringkat pertama dalam peringkat tahunan film dan drama. Dampak global dari popularitas series ini juga terlihat dari tur virtual yang diadakan oleh operator tur Jepang, H.I.S. Tours, yang menarik minat besar dari penggemar,

khususnya wanita. Tur virtual tersebut membawa peserta untuk mengunjungi lokasi syuting “2gether”, menunjukkan bagaimana industri *boy’s love* Thailand telah menjadi daya tarik global yang signifikan, bukan hanya dalam konteks hiburan, tetapi juga pariwisata (Komsantortermvasana dkk., 2022).

BL Thailand memiliki kesamaan dengan BL Jepang, termasuk dalam kategori romansa, ceritanya berpusat pada kemenangan dan kekekalan cinta sejati. BL Thailand menghindari akhir-akhir tragis seperti bunuh diri atau kematian dan memilih akhir cerita dengan resolusi romantis yang bahagia. Hal ini membuat genre ini terlihat unik dan menonjolkan sifatnya yang berbeda. Cerita-cerita BL Thailand mewakili keyakinan bahwa cinta yang sejati dapat mengatasi segala rintangan, termasuk tekanan dari keluarga dan stigma sosial, yang mencerminkan dasar utama genre *boy’s love* dalam romansa (Bunyavejchewin dkk., 2024)

Selama masa karantina dari pandemi COVID 19 pada tahun 2020 di Filipina, terjadi peningkatan signifikan dalam permintaan akan konten digital, yang mendorong munculnya berbagai tren baru secara daring. Salah satu tren yang mencuat adalah popularitas seri Thai Boy’s Love (BL). Seri Thailand “2gether” (2020) menjadi sangat terkenal di kalangan penonton Filipina, khususnya karena ditayangkan pada awal pandemi. Kepopuleran seri ini membawa dampak positif dengan munculnya gelombang pertama seri BL Filipina, seperti “Gameboys” (2020), “Hello, Stranger” (2020), “In Between” (2020), “Quarantings” (2020), dan “Gaya sa Pelikula” (2020). Produksi seri-seri ini ditangani oleh studio-studio baru atau yang relatif kecil dalam industri, seperti TheIdeaFirst Company, Black Sheep Productions, Ride or Die Initiative, ANIMA (sebelumnya dikenal sebagai Globe Studios), dan USPHTV. Kondisi ini dapat dimengerti karena BL merupakan genre baru dalam media Filipina yang awalnya tidak mendapat banyak dukungan dari industri utama. Selain itu, dampak pandemi telah membuat industri hiburan di Filipina terpengaruh secara signifikan, sehingga produksi seri BL dianggap terlalu berisiko. Baru setelah kesuksesan relatif gelombang pertama, studio-studio besar mulai bergabung dengan tren BL, seperti yang dilakukan oleh

Regal Entertainment dengan merilis “Ben x Jim” pada akhir 2020 (Dela Cruz, 2022).

Fenomena *fujoshi* juga telah menyebar dan berkembang di China pada beberapa tahun terakhir. *Danmei* (耽美), subkultur yang muncul, telah menarik perhatian tidak hanya dari kalangan gadis muda, tetapi juga dari penggemar dan penonton gay, lesbian, dan queer. *Danmei*, sebuah istilah serapan dari bahasa Jepang (*tanbi*), mencakup berbagai genre budaya populer Tiongkok, seperti *manga Boy's Love* (BL), film bioskop, literatur internet, dan karya-karya buatan penggemar yang menampilkan kisah cinta antara pria muda yang tampan. Dengan berkembangnya fenomena ini, konvensi genre BL telah terbagi lebih lanjut menjadi sub-kategori seperti *pure love* dan *yaoi*, dengan *yaoi* kerap kali menggambarkan menunjukkan seksual yang lebih eksplisit. Meskipun demikian, BL umumnya tetap menjadi karya yang diciptakan dan dikonsumsi oleh wanita muda di China, menunjukkan masuknya budaya dan pengaruh yang luas di antara kaum muda di China (Lavin dkk., 2017). Meskipun penyebaran dan perkembangan *fujoshi* telah merambah ke beberapa negara Asia seperti Thailand, China, dan Filipina, penelitian ini akan memusatkan perhatian pada fenomena *fujoshi* di Indonesia, terutama melalui media utama seperti *manga* dan *anime*.

Perkembangan *fujoshi* yang diiringi dengan meluaskan industri *boy's love* atau *yaoi* menunjukkan bahwa fenomena *fujoshi* tidak terlepas dari adanya unsur kapitalisme di mana preferensi dan minat konsumen (*fujoshi*) dijadikan sebagai peluang bisnis oleh industri seni. Produk-produk seperti *manga*, *anime*, dan berbagai *merchandise* terkait genre *boy's love* atau *yaoi* diproduksi dan dipasarkan secara luas untuk memenuhi permintaan pasar dan menghasilkan keuntungan. Hal ini menggambarkan bagaimana budaya pop dapat dikomodifikasi dalam kerangka kapitalisme, di mana kepentingan ekonomi mendominasi produksi dan distribusi konten budaya.

Budaya populer atau *pop* menurut Danesi (2019) adalah pola-pola kebiasaan dan cara hidup yang kerap kita lihat dan nikmati sehari-hari, seperti musik, film, mode, dan sebagainya. Budaya populer ini tersebar luas di masyarakat modern melalui TV, internet, dan lainnya. Budaya populer

tidak membuat perbedaan kategoris antara bentuk-bentuk budaya tinggi dan rendah, dan kerap dianggap sebagai bentuk hiburan atau ekspresi yang merakyat. Kemunculan budaya populer semakin meningkat pada tahun 1920-an, yang memberi masyarakat daya beli yang lebih besar dan memungkinkan penyebaran budaya populer melalui kemitraan yang kuat antara media, teknologi, dan bisnis. Budaya populer kerap kali menjadi cerminan utama dari tren-tren dan perubahan sosial dalam masyarakat modern, yang kerap dikenal dengan istilah-istilah budaya populer seperti era flapper, era swing, era hippie, dan sebagainya.

Budaya populer dan globalisasi memiliki keterkaitan yang erat, terutama dalam konteks penyebaran dan penerimaan budaya di tingkat internasional. Budaya populer kerap menjadi salah satu aspek utama dari proses globalisasi, karena melalui media massa, teknologi, dan perdagangan internasional, budaya populer dapat menyebar dengan cepat dan meresap ke berbagai lapisan masyarakat di berbagai negara. Globalisasi muncul dari interpretasi “*Globe*” yang mengacu pada proses mendunia. Oleh karena itu, istilah globalisasi merujuk pada universalitas, mencerminkan upaya untuk membawa fenomena ke tingkat dunia yang lebih luas (Hairil dkk., 2023). Seiring dengan laju globalisasi yang semakin cepat, pengaruhnya tidak hanya terbatas pada ekonomi dan politik, tetapi juga meresap ke dalam ranah budaya populer.

Budaya populer, seperti yang dikemukakan oleh Setiadi (2013), dapat dipahami sebagai bentuk kebudayaan yang memiliki peminat luas dan mampu melintasi batas budaya tradisional suatu masyarakat. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi industri, budaya populer menjadi mudah diakses oleh masyarakat secara global tanpa adanya pembatasan ruang dan waktu (Gusri dkk., 2021, p.2). Sejalan dengan pandangan ini, Koentjaraningrat (1990) menekankan bahwa budaya tidak hanya mencakup unsur-unsur seperti bahasa, agama, dan adat istiadat, tetapi juga dapat mencakup bentuk-bentuk ekspresi kreatif yang berkembang pesat (Gusri dkk., 2021, p.2).

Budaya pop sebagai bagian dari budaya kapitalisme, yang diproduksi dan dijual di pasar seperti produk material lainnya. Dengan kata lain, dalam masyarakat kapitalis, bentuk-bentuk artistik dan budaya pop diperlakukan

sebagai komoditas yang dapat diperdagangkan. Dalam masyarakat kapitalis, seni dan budaya tidak lagi murni dan independen, tetapi telah menjadi bagian dari “industri budaya” yang tunduk pada logika ekonomi pasar. Hal ini berarti bahwa nilai budaya pop tidak ditentukan oleh kualitas artistik atau nilai sosialnya, tetapi oleh seberapa baik produk tersebut dapat dijual dan menguntungkan di pasar (Danesi, 2019).

Konsep hegemoni dari Antonio Gramsci menjelaskan bahwa komodifikasi budaya dikendalikan oleh mereka yang memegang kekuasaan sosial dan finansial. Dengan demikian, budaya pop kerap menjadi alat bagi kelas dominan untuk mempertahankan kekuasaan mereka dan memastikan kepatuhan masyarakat terhadap nilai-nilai kapitalis (Danesi, 2019). Menurut Bourdieu, pemahaman ekonomi konvensional telah menyederhanakan makna kapital, sehingga menciptakan pemahaman yang tidak tepat. Kapital menurut Bourdieu adalah akumulasi kerja yang jika dialokasikan secara individu atau kelompok, akan menghasilkan energi sosial dalam kehidupan masyarakat. Kapital biasanya diasosiasikan dengan ekonomi yang hanya diukur dengan uang tetapi tidak bagi Bourdieu. Ia membagi kapital menjadi beberapa poin salah satunya adalah budaya (Urban, 2003). Keterkaitan antara budaya pop dan kapitalisme terletak pada cara budaya pop diproduksi, didistribusikan, dan dinikmati oleh masyarakat.

Karya *yaoi* atau *boy's love* yang merupakan kegemaran dari *fujoshi*, menawarkan rasa kesamaan (*same feeling*) dan empati kepada penggemarnya. Karya-karya *yaoi* juga menjadi gambaran dari Hak Asasi Manusia (HAM) akan kebebasan berekspresi. Hubungan yang ditampilkan dalam karya-karya *yaoi* yang kerap kali menggambarkan perjuangan, cinta, dan penerimaan yang bersifat universal. Penggemar *fujoshi*, melalui identifikasi dan keterlibatan emosional dengan karakter dan cerita dalam *yaoi* atau *boy's love*, mengembangkan pemahaman yang lebih dalam dan penerimaan terhadap komunitas LGBTQ+. LGBTQ+ merujuk pada sekumpulan identitas seksual dan gender yang berkembang seiring waktu, terutama dalam dekade terakhir. Istilah ini mencakup berbagai identitas, seperti lesbian, gay, biseksual, transgender, queer, questioning, dan identitas seksual (dan gender) lainnya

yang terus muncul. Dalam konteks ini, LGBTQ+ dianggap sebagai kelompok identitas minoritas seksual dan gender yang bersifat terpisah namun saling terkait (Russell dkk., 2023).

*Fujoshi* memperluas dan mendukung penerimaan LGBTQ+, dengan menyebarkan dan mempopulerkan karya-karya yang menampilkan hubungan homoseksual, fenomena *fujoshi* membantu memperluas pengenalan dan penerimaan LGBTQ+. *Fujoshi* berperan dalam mengubah persepsi dan meningkatkan pemahaman terhadap komunitas LGBTQ+, membantu mengurangi stigma dan diskriminasi. Karya-karya *yaoi* menunjukkan bahwa hubungan homoseksual adalah normal dan layak diperjuangkan, sehingga memainkan peran penting dalam membentuk masyarakat yang lebih inklusif (Russell dkk., 2023).

Fenomena *fujoshi*, sebagai sebuah budaya yang berkembang pesat, menjadi titik fokus yang menarik dalam memahami mengapa globalisasi memainkan peran penting dalam membentuk pandangan dan penerimaan terhadap komunitas LGBTQ+ di Indonesia. Meskipun demikian, pandangan masyarakat masih sangat bervariasi, menciptakan perbincangan kompleks seputar hak dan penerimaan. Fenomena *fujoshi*, sebagai kelompok penggemar yang aktif dalam budaya pop Jepang, muncul sebagai subjek penelitian yang menarik karena keterkaitannya dengan budaya global dan dampaknya pada konstruksi identitas gender dan seksualitas di Indonesia.

Secara pribadi penulis memilih topik penelitian mengenai fenomena *fujoshi* dan penerimaan LGBTQ+ di Indonesia karena ketertarikan penulis terhadap *anime* dan *manga*, mengantarkan penulis pada suatu genre yang begitu berbeda dari genre *manga* dan *anime* lainnya yaitu *Boy's Love* (BL), yang menceritakan kisah romansa antara laki-laki dengan laki-laki (homoseksual). Hal tersebut yang membuka mata penulis terhadap keberadaan dan perjuangan komunitas LGBTQ+. *Anime* dan *manga* tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga menjadi jendela untuk memahami mengenai berbagai identitas dan orientasi seksual. Kemudian, pengalaman pribadi penulis berinteraksi dengan komunitas *fujoshi* serta teman-teman yang merupakan bagian dari komunitas LGBTQ+ memberikan perspektif mengenai isu ini.

Sebagai mahasiswa Hubungan Internasional, penulis merasa sangat tertarik dengan penelitian mengenai Pengaruh globalisasi terhadap penerimaan LGBTQ+ dengan studi kasus fenomena *Fujoshi* di Indonesia Tahun 2020-hingga Mei 2024. Globalisasi merupakan fenomena yang sangat relevan dan penting dalam studi Hubungan Internasional. Proses globalisasi menjadikan dunia tak terbatas dan membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk budaya. Melalui penelitian ini, penulis berkeinginan untuk mengeksplorasi mengapa fenomena *fujoshi* sebagai suatu budaya populer global yang berasal dari Jepang dapat masuk dan berkembang di Indonesia mempengaruhi persepsi dan penerimaan masyarakat Indonesia terhadap LGBTQ+. Hal tersebut menjadikan topik penelitian yang penulis lakukan semakin relevan dalam konteks global yang dimana dunia saling terhubung.

Fenomena *fujoshi* sebagai budaya populer yang terkait dengan minat terhadap cerita dan karya fiksi yang mengandung elemen LGBTQ+ menawarkan studi kasus yang unik dan menarik. Fenomena ini memberikan perspektif khusus mengenai mengapa budaya populer yang berasal dari Jepang dapat masuk dan berkembang di Indonesia. Dengan meneliti fenomena *fujoshi*, penulis dapat menganalisis interaksi antara budaya lokal dan global serta mengapa budaya populer dapat mempengaruhi perubahan sosial. Pada penelitian ini, penulis menggunakan dua konsep utama, yaitu konsep globalisasi budaya dari Appadurai dan konsep kapital budaya dari Bourdieu, penelitian ini menyediakan kerangka teoretis yang kuat untuk memahami mengapa budaya populer seperti *fujoshi* dapat menyebar dan diterima di Indonesia. Konsep-konsep ini membantu menjelaskan dinamika sosial dan budaya yang terjadi di era globalisasi. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam diskusi mengenai keberagaman budaya. Sebagai peneliti yang berkomitmen untuk menjaga objektivitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang seimbang dan valid dalam memahami mengapa globalisasi memengaruhi penyebaran fenomena *fujoshi* di Indonesia, serta memberikan kontribusi berarti bagi disiplin ilmu Hubungan Internasional dan masyarakat luas.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kelima referensi yang telah penulis pelajari, diperoleh rumusan masalah bahwa terdapat penerimaan masyarakat Indonesia terhadap LGBTQ+ melalui media budaya populer dalam fenomena *fujoshi* serta penyebarannya melalui perkembangan teknologi dan akses informasi. Komunitas *fujoshi* di Indonesia dapat menjadi sebab perubahan persepsi masyarakat Indonesia terhadap LGBTQ+ dikarenakan representasi LGBTQ+ dalam karya-karya *yaoi* yang digemari oleh *fujoshi* memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat terhadap identitas gender dan seksual.

Pertanyaan penelitian ini adalah :

“Mengapa fenomena *Fujoshi* yang merupakan budaya Jepang dapat merambah dan memiliki peminat di Indonesia?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang memungkinkan fenomena *Fujoshi*, yang berasal dari budaya populer Jepang, dapat merambah ke Indonesia dan mendapatkan peminat di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi mekanisme globalisasi dan interaksi budaya yang berperan dalam penyebaran serta penerimaan budaya *Fujoshi*, serta bagaimana fenomena ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap budaya dan nilai-nilai yang dibawanya. Justifikasi penelitian ini terletak pada urgensi memahami dampak fenomena *fujoshi* yang merupakan budaya populer yang berasal dari Jepang dapat masuk dan berkembang di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan memberikan wawasan penting tentang dinamika globalisasi budaya, interaksi lintas budaya, perubahan sosial, serta kapital budaya. Penelitian ini tidak hanya membantu memahami fenomena lokal tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman mengapa globalisasi memungkinkan elemen-elemen budaya dari satu negara seperti halnya fenomena *fujoshi* yang berasal dari Jepang dapat menyebar dan mempengaruhi budaya negara lain yang dalam penelitian ini adalah Indonesia.

Signifikansi penelitian ini dalam konteks hubungan internasional adalah memberikan wawasan baru tentang kompleksitas interaksi globalisasi budaya.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada berbagai bidang studi, termasuk globalisasi budaya, kapital budaya, budaya populer dan hak asasi manusia. Dengan mengintegrasikan berbagai teori dan konsep dari para pemikir terkemuka, penelitian ini tidak hanya memperkaya pemahaman teoritis tetapi juga menawarkan bukti empiris yang mendukung pengembangan teori-teori ini dalam konteks yang lebih luas. Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman mengenai dinamika budaya populer dengan budaya lokal yang dapat beradaptasi hingga nantinya mempengaruhi perubahan sosial.
2. Manfaat Secara Akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah data serta referensi dan media untuk Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk menjelaskan permasalahan yang menjadi topik pada penelitian ini, perlu adanya penguraian dari sistematik penulisan penelitian ini. Sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab yang mengandung sub bab sebagai penjabarannya. Gambaran umum mengenai keseluruhan bab-bab tersebut adalah:

##### BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari bagian pendahuluan seperti latar belakang masalah, rumusan masalah (masalah pokok penelitian dan pertanyaan pokok penelitian), tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

##### BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini terdiri dari bagian kajian pustaka seperti penelitian terdahulu yang relevan dimana nanti akan mengkaji sumber data sekunder yang mana akan mendukung penelitian, kerangka teori dan kerangka pemikiran.

### BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari bagian metodologi penelitian seperti pendekatan penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan dan analisis data.

### BAB IV: PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan dipaparkan dengan lebih rinci temuan dan analisis terkait temuan-temuan yang dihasilkan dari analisis data. Fokus pembahasan mencakup analisis perubahan sikap masyarakat dan perbedaan dalam penerimaan antara komunitas *fujoshi* dan masyarakat umum. Analisis konten juga mengeksplorasi jenis representasi LGBTQ+ dalam karya *fujoshi*. Dengan pendekatan ini, pembahasan diharapkan memberikan wawasan ringkas tentang mengapa fenomena *fujoshi* dapat masuk dan berkembang di Indonesia.

### BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian ini. Pada kesimpulan selain berisikan tentang rangkuman dari setiap bab, tetapi juga pada kesimpulan ini berisikan tentang jawaban dari pertanyaan di pokok masalah yang di awal telah di pertanyakan untuk dijawab dalam kesimpulan.

