

# ETNOGRAFI KOMUNIKASI KOMUNITAS *FUJOSHI* INDONESIA DALAM MELAKUKAN KEGIATAN *SHIPPING*

Decyntia  
Wiratri Anindhita\*

## Abstract

This research examines the ethnography of communication in *fujoshi* community in Indonesia which consists of 3 primary issues: the reason why a female becomes a *fujoshi*, the ethnography of communication in *shipping* activity as a communication phenomenon, and social stratification in *fujoshi* community. This qualitative research uses the ethnography approach. The result of this research is divided based on the 3 primary issues. First, the reason a female becomes a *fujoshi* is finding boys' love content which interests her and the characters' attractive visual in boys' love comic books. Second, *shipping* is an activity where *fujoshis* pair 2 fictional male characters in a romantic relationship. The results of *shipping* are depicted in the form of fan art, fanfiction, and *doujinshi* (comic parody made by fans). The third is the social stratification in *fujoshi* community in which there are *fujoshis* whose considered either at the upper or the lower stratification. This research concludes that *shipping* as a communication phenomenon does not solely occur to a *fujoshi* as individual but also involves the *fujoshi* community as a whole. Through *shipping* activity, *fujoshis* develop its own distinctive, unique culture.

## Abstrak

Penelitian ini membahas etnografi komunikasi di komunitas *fujoshi* di Indonesia yang dapat dibagi dalam 3 masalah utama. Pertama adalah penyebab seseorang tertarik menjadi *fujoshi*, kedua adalah etnografi komunikasi dalam kegiatan *shipping* sebagai sebuah peristiwa komunikasi, serta stratifikasi sosial di komunitas *fujoshi*. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan etnografi. Hasil dari penelitian ini dibagi menjadi 3 berdasarkan masalah utama penelitian. Pertama, seseorang tertarik menjadi *fujoshi* karena menemukan konten *boys' love* yang menarik baginya serta visual karakter di komik genre *boys' love* yang tampak. Kedua, *shipping* adalah kegiatan dimana *fujoshi* memasang 2 karakter pria dari karya fiksi dalam hubungan yang romantis. Hasil dari *shipping* dituangkan dalam bentuk ilustrasi, cerpen, dan komik pendek. Ketiga, adalah stratifikasi sosial di komunitas *fujoshi* dimana ada *fujoshi* yang dianggap memiliki derajat yang lebih tinggi ataupun lebih rendah. Penelitian ini menyimpulkan *shipping* sebagai sebuah peristiwa komunikasi adalah kegiatan yang kompleks, dimana dalam proses kegiatannya tidak hanya terjadi pada *fujoshi* sebagai individu tapi juga melibatkan seluruh komunitas *fujoshi*. Melalui kegiatan *shipping*, *fujoshi* mengembangkan sebuah kebudayaan unik tersendiri yang tidak ditemukan di kebudayaan komunitas lain.

**Keywords:** etnografi komunikasi, komunitas, *fujoshi*, *shipping*, *boys' love*

## Pendahuluan

Indonesia adalah salah satu dari negara-negara yang paling tidak toleran terhadap isu LGBT. Namun di tengah kerasnya penolakan terhadap ide homoseksualitas di tengah masyarakat, pandangan berbeda justru dimiliki oleh komunitas *fujoshi* di Indonesia. Di antara komunitas penggemar kebudayaan populer di Indonesia, komunitas *fujoshi* adalah perkumpulan penggemar perempuan yang menggemari konten homoseksualitas dalam karya fiksi seperti film, serial televisi, komik, *anime* (animasi Jepang), *game*, dan lain sejenisnya.

*Fujoshi* merupakan istilah dari Bahasa Jepang untuk penggemar wanita yang secara aktif membaca, menulis, menggambar, membeli dan menjual komik *boys' love*. *Boys' love* (*BL*) adalah sub-genre dari komik Jepang yang fokus pada hubungan romantis antara pria atau *gay*. Perlu digaris bawahi bahwa *fujoshi*

\* Alamat kini: Kwik Kian Gie School of Business, Jln Yos Sudarso Kav. 87, Sunter, Jakarta 14350  
Penulis untuk korespondensi: Telp. (+62) 8132859233. E-mail: dhita@kwikkiangie.ac.id



sendiri bukanlah seorang *gay* ataupun *lesbian*, dan homoseksualitas dalam *boys' love* sendiri tidak merepresentasikan realita homoseksualitas di dunia nyata.

Genre *boys' love* tidak hanya berlaku pada komik atau *anime* saja, tetapi juga pada karya-karya parodi buatan penggemar pada karya fiksi yang sudah ada sebelumnya, atau yang biasa disebut sebagai *doujinshi* atau *fanfiction* (Strickland, 2006, diakses pada 26 Juni 2016). Dalam karya parodi ini, pengarang mengimajinasikan karakter-karakter pria dari film, *game*, *anime*, atau komik yang sebenarnya bukan *gay* terlibat dalam hubungan romantis sebagai *gay*. Kegiatan memasangkan karakter pria sebagai pasangan romantis inilah yang disebut sebagai kegiatan *shipping*.

Penelitian mengenai *fujoshi* di Indonesia sebenarnya bukanlah hal yang baru. Topik ini biasanya diangkat dalam ranah Psikologi atau Studi Sastra Jepang. Namun peneliti menemukan masih jarang penelitian mengenai *fujoshi* dalam ranah Ilmu Komunikasi. Atas dasar itu peneliti memilih untuk membahas topik ini dengan judul Etnografi Komunikasi Komunitas *Fujoshi* Indonesia Dalam Melakukan Kegiatan *Shipping*.

### Rumusan Masalah

Melihat bahwa komunitas *fujoshi* Indonesia merupakan subyek penelitian yang tidak lazim diteliti dalam penelitian ilmu komunikasi, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah etnografi komunikasi komunitas *fujoshi* Indonesia dalam melakukan kegiatan *shipping*.

### Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui apa yang menyebabkan seseorang tertarik menjadi *fujoshi*.
2. Mengetahui aktivitas komunikasi *shipping* yang terjadi di kalangan *fujoshi*.
3. Mengetahui komponen-komponen komunikasi yang membentuk aktivitas komunikasi *shipping*.
4. Mengetahui istilah-istilah linguistik yang digunakan dalam aktivitas komunikasi *shipping*.
5. Mengetahui kompetensi komunikasi *fujoshi* saat menjalani aktivitas komunikasi *shipping*.
6. Mengetahui stratifikasi sosial di komunitas *fujoshi*.

### Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat dari penelitian baik dilihat dari perspektif akademis maupun praktis.

1. Manfaat akademis

Sebagai referensi untuk mata kuliah Komunikasi Lintas Budaya. Etnografi komunikasi berfokus pada perilaku komunikasi dalam tema kebudayaan tertentu. Penelitian ini menjelaskan etnografi kebudayaan komunikasi yang terjadi dalam komunitas *fujoshi* sebagai subkultur dari masyarakat tutur yang lebih besar. Penelitian ini juga membahas penggunaan identitas dunia maya oleh *fujoshi* ketika berinteraksi dengan komunitasnya di media sosial.

2. Manfaat praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan komunitas *fujoshi* di Indonesia dapat lebih mengenali karakteristik etnografi dalam pola komunikasi komunitasnya sendiri juga dapat lebih berhati-hati terhadap pandangan masyarakat awam mengenai hobi mereka karena tidak semua golongan masyarakat dapat menerima hobi ini. Diharapkan juga agar orang tua lebih lebih waspada pada apa yang dilihat oleh anak-anak mereka, terutama apabila anak mereka di bawah umur, karena konten *boys' love* banyak mengandung adegan untuk khalayak dewasa.

### Tinjauan Pustaka

1. Etnografi Komunikasi

Etnografi komunikasi adalah metode aplikasi etnografi sederhana dalam pola komunikasi sebuah kelompok. Di sini, penafsir berusaha agar bentuk komunikasi yang dipakai oleh anggota dalam

sebuah komunitas atau budaya dapat diterima akal sehat. Etnograf komunikasi melihat pada (1) pola komunikasi yang digunakan oleh sebuah kelompok; (2) mengartikan semua kegiatan komunikasi ini ada untuk kelompok; (3) kapan dan dimana anggota kelompok menggunakan semua kegiatan ini; (4) bagaimana praktik komunikasi menciptakan sebuah komunitas; dan (5) keragaman kode yang digunakan oleh sebuah kelompok (Littlejohn dan Foss, 2012: 460).

Dalam etnografi komunikasi, aktivitas komunikasi berarti peristiwa komunikasi atau proses komunikasi. Peristiwa komunikasi adalah keseluruhan perangkat komponen yang utuh yang dimulai dengan tujuan umum komunikasi, topik umum yang sama, dan melibatkan partisipan yang secara umum menggunakan varietas bahasa yang sama, mempertahankan *tone* yang sama, dan kaidah-kaidah yang sama untuk interaksi, dalam *setting* yang sama (Kuswarno, 2011: 41).

Menurut Kuswarno (2011: 42-43) komponen komunikasi sangat penting dalam etnografi komunikasi, karena melalui komponen komunikasi sebuah peristiwa komunikasi dapat diidentifikasi. Hubungan antara komponen-komponen ini dalam peristiwa komunikasi akan membentuk pola komunikasi. Komponen komunikasi dalam perspektif etnografi komunikasi adalah sebagai berikut

a. Genre atau tipe peristiwa komunikatif, misalnya lelucon, salam, pengenalan, dongeng, gosip dan sebagainya.

b. Topik peristiwa komunikatif.

c. Tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan juga fungsi dan tujuan partisipan secara individual.

d. *Setting* termasuk lokasi, waktu, musim, dan aspek fisik situasi yang lain (misalnya besarnya ruangan, tata letak perabotan, dan sebagainya).

e. Partisipan, termasuk usianya, jenis kelamin, etnik, status sosial, atau kategori lain yang relevan, dan hubungan satu sama lain.

f. Bentuk pesan, termasuk saluran verbal non-vokal, non-verbal, dan hakikat kode yang digunakan, misalnya bahasa mana dan varietas yang mana.

g. Isi pesan, mencakup apa yang dikomunikasikan (termasuk level konotatif dan referensi denotatif).

h. Urutan tindakan, atau urutan tindak komunikatif atau tindak tutur termasuk alih giliran atau fenomena percakapan.

i. Kaidah interaksi atau pedoman dalam berinteraksi.

j. Norma-norma interpretasi, termasuk pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan, nilai, dan norma yang dianut, tabu-tabu yang harus dihindari dan sebagainya.

Objek penelitian lain dalam etnografi komunikasi adalah kompetensi komunikasi. Kompetensi komunikasi adalah kemampuan atau ketidakmampuan dalam menguasai satu jenis keterampilan (kompetensi atau inkompetensi). Kemampuan atau ketidakmampuan ini akan mengakibatkan tidak tepatnya perilaku komunikasi yang ditampilkan. Pengetahuan dan keterampilan komunikatif ini sama-sama dimiliki oleh satu kelompok sosial dan dapat bervariasi pada tiap individunya (Kuswarno, 2011: 43-44).

Objek penelitian yang terakhir adalah varietas bahasa. Kuswarno (2011: 45) mengutip Hymes bahwa dalam setiap masyarakat terdapat varietas kode bahasa (*language code*) dan cara-cara berbicara yang bisa dipakai oleh anggota masyarakat atau sebagai repertori komunikatif masyarakat tutur. Kaidah pemilihan bahasa ini biasanya diterapkan secara tidak sadar dari proses sosialisasi dan enkulturasi kebudayaan.

## 2. *Shipping*

Menurut urbandictionary.com (diakses 16 Juli 2016), *shipping* berarti memasang dua karakter fiksi sebagai pasangan. Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh penggemar perempuan (*fangirl*). Kata *shipping* disini bukan berasal dari kata *ship* yang dalam Bahasa Inggris berarti kapal, melainkan dari penggalan terakhir kata *relationship*, yang dalam Bahasa Inggris berarti ikatan atau hubungan antara teman, keluarga, atau kekasih. *Shipping* biasanya memasang dua karakter fiksi dalam hubungan romantis.

*Shipping* tidak hanya melibatkan karakter yang berbeda jenis kelamin tetapi juga sesama jenis kelamin sebagai *gay* atau *lesbian*. Apabila dalam jalan cerita aslinya karakter yang dipasangkan benar-benar menjadi pasangan, hal itu disebut sebagai *canon*. Penggemar yang melakukan *shipping* disebut sebagai *shipper*, dan kegiatan ini tidak terbatas hanya pada karakter fiksi semata tapi juga pada selebriti di dunia nyata (Kircher, diakses 15 Juli 2016).



### 3. Boys' love dan fujoshi

*Fujoshi* adalah sebutan untuk seorang perempuan penggemar genre *boys' love* atau disebut juga *yaoi* yang menjadi fokus penelitian ini. Winduwati (2015: 5-6) menjelaskan bahwa *yaoi* yang berasal dari bahasa Jepang adalah singkatan dari tiga frase, yakni *yamanashi*, *ochinasi*, dan *iminashi* yang berarti 'tanpa klimaks, tanpa penyelesaian, tanpa makna'. *Yaoi* dicirikan dengan materi subjek utamanya yakni homoerotis dan romantisme homoseksual antara dua laki-laki (atau lebih) dengan karakteristik khusus, yaitu karakter laki-laki muda dengan tubuh proporsional, dan berwajah tampan.

Selain istilah *yaoi*, istilah *boys' love* atau *BL* juga lazim digunakan untuk menyebutkan genre ini, terutama di kalangan pembaca di luar Jepang. Nurizky (2012: 3) mengutip Wim bahwa genre *boys' love* pertama kali muncul dalam bentuk komik. Dalam komik *BL*, yang menjadi sorotan adalah 2 karakter laki-laki homoseksual dan romansa yang terjadi di antara keduanya.

Menurut Graffeo (2014; 1-4), *fujoshi* adalah istilah yang berasal dari bahasa Jepang, secara harafiah berarti 'gadis busuk'. Istilah ini digunakan untuk penggemar perempuan yang menyukai genre *yaoi* atau *boys' love* dan melakukan kegiatan *shipping* antara dua karakter pria, sementara penggemar laki-laki yang melakukan hal yang sama disebut sebagai *fudanshi*.

*Fujoshi* biasanya melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk menunjukkan apresiasi mereka pada karakter-karakter pria yang mereka *shipping* sebagai *gay*, baik dengan berkreasi dengan membuat karya seperti *doujinshi*, *fanfiction* atau *fan art*, atau mengoleksi karya-karya parodi dan pernak-pernik yang berhubungan dengan *shipnya*. Perlu diperhatikan bahwa *fujoshi* sendiri memiliki orientasi seksual yang normal dan bukan penyuka sesama jenis. Status seorang penggemar perempuan sebagai *fujoshi* tidak berhubungan dengan orientasi seksualnya.

#### Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan etnografi. Hatis dalam Creswell (2014: 125) menyebutkan bahwa etnografi merupakan suatu desain kualitatif yang penelitiannya mendeskripsikan dan menafsirkan pola yang sama dari nilai, perilaku, keyakinan, dan bahasa dari suatu kelompok berkebudayaan-sama.

Sebagai sebuah proses, etnografi melibatkan pengamatan yang luas terhadap kelompok tersebut, sering kali melalui pengamatan partisipan, yang penelitiannya menenggelamkan diri dalam kehidupan sehari-hari dari masyarakat tersebut, mengamati dan mewawancarai para partisipan dalam kelompok tersebut. Para etnografer mempelajari makna dari perilaku, bahasa, dan interaksi di kalangan para anggota kelompok berkebudayaan-sama tersebut.

#### Subyek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah kegiatan *shipping* yang dilakukan oleh objek penelitian, yaitu komunitas *fujoshi*. *Shipping* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penggemar dengan menjodohkan atau mempasangkan dua karakter fiksi ataupun selebritis dalam hubungan romantis. Sementara *fujoshi* adalah sebutan untuk perempuan yang menggemari karya fiksi dengan konten cerita *boys' love* atau cerita dengan unsur homoseksualitas di dalamnya.

Subjek dalam penelitian ini adalah kegiatan *shipping* yang dilakukan oleh objek penelitian, yaitu komunitas *fujoshi*. *Shipping* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penggemar dengan menjodohkan atau mempasangkan dua karakter fiksi ataupun selebritis dalam hubungan romantis.

Di Indonesia sendiri, komunitas *fujoshi* adalah komunitas yang tertutup dan biasanya hanya berkumpul di media sosial di dunia maya atau acara-acara komunitas *pop culture* seperti *event* kebudayaan Jepang atau *event-event* budaya populer lainnya. Anggota komunitasnya menggunakan nama samaran dan sering kali tidak tahu informasi pribadi masing-masing seperti nama asli, pekerjaan, atau domisili. Dalam berinteraksi pun *fujoshi* lazim menggunakan Bahasa Inggris sehingga kewarganegaraannya juga tidak dapat diketahui.

#### Teknik Pengumpulan Data

Kuswarno menyebutkan 5 metode pengumpulan data dalam etnografi komunikasi, yaitu introspeksi, observasi partisipan, wawancara mendalam, observasi tanpa partisipan, serta analisa dokumen (2011: 48-59). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 4 dari kelima metode pengumpulan data tersebut, yaitu



introspeksi, observasi partisipan, wawancara mendalam, serta analisa dokumen. Berikut adalah penjelasan singkat dari masing-masing metode.

Pada metode introspeksi, mengamati apa saja yang peneliti dapatkan dan rasakan saat bergabung di tengah komunitas *fujoshi* dan melakukan kegiatan-kegiatan yang lazim dilakukan oleh *fujoshi*. Dari pengalaman peneliti, peneliti berusaha menemukan apakah pengalaman tersebut hanya dirasakan oleh peneliti saja atau juga dialami oleh *fujoshi-fujoshi* lainnya. Dari hasil metode introspeksi ini, peneliti menganalisis data-data yang peneliti dapatkan selama proses pengamatan di lapangan dan membandingkannya dengan realita yang peneliti alami sendiri selama berinteraksi dan berkegiatan dengan komunitas.

Pada metode observasi partisipan, peneliti melakukan observasi penelitian selama 3 tahun dari 2013 hingga 2016 di media sosial tempat *fujoshi* berkumpul dan berinteraksi seperti Twitter, Facebook, dan Tumblr. Observasi juga dilakukan ketika *fujoshi* berkumpul dan berinteraksi di *event-event* kebudayaan populer yang diadakan di Jakarta, seperti *event* Anime Festival Asia (AFA), Comic Frontier (Comifuro), OTP-Con, serta *gathering* atau acara berkumpul para *fujoshi* yang dilakukan dalam kelompok kecil secara acak baik dari segi lokasi ataupun waktunya. 2 *gathering* yang dihadiri peneliti adalah *gathering fujoshi* kelompok penggemar *ship* MakoRin dari *anime* Free!, serta parodi acara pernikahan yang diadakan oleh kelompok penggemar *ship* RivaEren dari *anime* Attack on Titan.

Metode wawancara mendalam dilakukan peneliti saat melakukan observasi langsung ke dalam komunitas *fujoshi* di Indonesia. Selain meneliti aktivitas *fujoshi* dalam komunitas dan melakukan wawancara tidak terstruktur, peneliti juga melakukan wawancara khusus yang lebih mendalam dengan informan-informan yang dipilih peneliti untuk mendapatkan data yang lebih konkret. Proses wawancara khusus sendiri berlangsung mulai dari tanggal 1 hingga 6 Agustus 2016 dengan 7 orang narasumber.

Sementara dengan metode analisa dokumen, peneliti mengumpulkan dan membaca artikel-artikel serta jurnal yang meneliti *fujoshi* dan cerita bergenre *boys' love*. Peneliti juga mengumpulkan dokumen-dokumen seperti buku atau film bergenre *boys' love* atau yang membahas budaya *fujoshi* dan komunitasnya. Dari analisis dokumen ini peneliti menemukan pola-pola alur cerita yang lazim ditemukan dalam buku atau film bergenre *boys' love* serta adegan-adegan dari film bergenre non-*boys' love* yang diimajinasikan *fujoshi* menjadi adegan *boys' love* dalam kegiatan *shipping*. Selain itu peneliti juga menemukan bagaimana penggambaran dramatis kisah cinta antara pasangan *gay* di dalam karya bergenre *boys' love* yang berbeda dari realita pasangan *gay* di komunitas LGBT.

## Teknik Analisis Data

Creswell (2014: 275-277) menggunakan 3 aspek analisis data dalam riset etnografis yang dikembangkan oleh Wolcott, yaitu deskripsi, analisis, dan penafsiran tentang kelompok berkebudayaan-sama atau interpretasi. Dalam penelitian ini, peneliti menjabarkan masalah apa yang akan diteliti dari subjek serta melakukan pengumpulan data primer dan sekunder dengan wawancara, observasi partisipan, serta analisis dokumen. Data-data yang telah dikumpulkan akan ditelaah pola atau regularitasnya dengan teknik analisis sebelum difatsirkan sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Ketertarikan Menjadi *Fujoshi*

#### a. Awal *fujoshi* mengenal *boys' love* (BL)

Peneliti menemukan 3 pola bagaimana seseorang mengenal konten *boys' love* (selanjutnya akan disingkat sebagai *BL*) dan tertarik untuk mengkonsumsinya. Pola pertama adalah ketika seseorang tidak sengaja menemukan konten *BL* dari karya komersil yang mereka sukai di internet. Penemuan konten ini terjadi ketika *fujoshi* sedang mencari informasi, ilustrasi, atau cerpen mengenai karya komersil yang disukai.

Pola kedua adalah ketika seseorang diperkenalkan konten *BL* dari teman yang sudah menjadi *fujoshi* terlebih dahulu. Sementara pola ketiga adalah disaat ia menemukan sendiri interaksi antara karakter pria dalam sebuah karya fiksi yang menurutnya lebih dari sekedar teman dan ia menyukai interaksi tersebut.

Dari ketiga pola tentang bagaimana awal seorang *fujoshi* mengenal hobinya, peneliti juga menemukan reaksi dari *fujoshi* yang berbeda-beda setelah menemukan konten *BL*. Ada *fujoshi* yang



dengan antusias tertarik dan ingin menjadi *fujoshi*, ada pula yang tidak tertarik pada konten *BL* yang ditemuinya, namun lambat laun dapat berubah pendapat menjadi menyukai konten tersebut.

b. Sisi menarik menjadi *fujoshi*

Para *fujoshi* di komunitas mengaku menyukai hobi ini karena menemukan sisi yang menurutnya menarik dari konten *BL*, yaitu;

- 1) Karya fiksi *BL* memiliki cerita yang lebih menarik dan jarang ditemui.
- 2) Ada teman-teman baru yang menyenangkan di komunitas
- 3) Karakter pria di komik *BL* memiliki visual yang tampan dan postur tubuh yang ideal.
- 4) Interaksi antara pasangan *gay* di karya fiksi *BL* dinilai indah atau lucu.
- 5) Dedikasi *fujoshi* pada *ship* atau pasangan kesukaannya yang beragam, mulai dari membuat *fan art*, *fanfiction*, *game*, lagu yang terinspirasi dari *ship*-nya, film animasi pendek, hingga mengadakan *event* khusus mengenai *ship*-nya.
- 6) *Gathering* atau berkumpul sesama *fujoshi*.
- 7) Bisa mengimajinasikan karakter pria yang *straight* (suka lawan jenis) menjadi *yaoi* atau *BL* (suka sesama jenis).
- 8) Mendapat pengetahuan baru seperti hubungan seksual antara pasangan *gay*.

Sisi positif dan negatif menjadi *fujoshi*

Selain sisi menarik, *fujoshi* juga mengakui adanya sisi positif dan negatif dari hobinya. Sisi positif tersebut misalnya seperti memperluas pergaulan, memotivasi untuk belajar bahasa asing agar dapat berinteraksi dengan *fujoshi* dari negara lain, menambah hobi dan produktivitas di waktu luang, sebagai hiburan, belajar berpikir terbuka dan menambah pengetahuan, serta dapat menjadi sumber penghasilan tambahan dengan menjual karya-karya fiksi *BL* buatan sendiri di komunitas.

Sementara sisi negatif dari hobi ini yang dirasakan oleh *fujoshi* adalah adanya stigma buruk dari penggemar non-*fujoshi* dan masyarakat, imajinasi yang bisa berlebihan dan kebablasan hingga terlalu menolak hubungan *straight* (pasangan pria-wanita) hingga adanya permusuhan antara *fujoshi* di komunitas karena berbeda *shipping* dan perasaan bersalah atau berdosa.

2. Kegiatan *Shipping* sebagai Aktivitas Komunikasi

*Shipping* berarti memasangkan 2 karakter fiksi sebagai pasangan. Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh penggemar perempuan (*fangirl*). Kata *shipping* disini bukan berasal dari kata *ship* yang dalam Bahasa Inggris berarti kapal, melainkan dari penggalan terakhir kata *relationship*, yang dalam Bahasa Inggris berarti ikatan atau hubungan antara teman, keluarga, atau kekasih. *Shipping* biasanya memasangkan 2 karakter fiksi dalam hubungan romantis. Penggemar yang melakukan kegiatan ini disebut sebagai *shipper*.

*Fujoshi* sendiri melakukan *shipping* antara 2 karakter pria fiktif sebagai pasangan *gay*. Namun sebenarnya pada cerita aslinya sendiri karakter tersebut sering kali masih menyukai lawan jenis dan bukan seorang *gay* atau pernah mendeklarasikan dirinya sebagai *gay*. Ini biasanya terjadi ketika *fujoshi* melakukan *shipping* dari karya fiksi seperti seri *game*, *anime*, atau komik yang bergenre non-*BL*. Misalnya, *fujoshi* yang melakukan *shipping* pada karakter Sasuke dan Naruto dari *anime* Naruto, atau pada karakter Captain America dan Iron Man dari film Avengers.

Ada beberapa alasan mengapa *fujoshi* menggemari komik *BL* dan melakukan *shipping* antara dua karakter pria.

- a. Selera atau preferensi seorang *fujoshi* memang sama sekali tidak menyukai karakter yang berjenis kelamin perempuan.
- b. *Shipping* dengan karakter perempuan dianggap membosankan, karena tanda-tanda *chemistry* antara karakter laki-laki dan perempuan dalam referensi denotatif terlalu kentara sehingga menurut *fujoshi* tidak ada tantangan untuk imajinasi mereka. Menurut *fujoshi*, mencari tanda-tanda *chemistry* antara 2 karakter pria yang kecil dan tidak terlalu kentara di karya fiksi jauh lebih menarik.
- c. Penokohan karakter perempuan dianggap dangkal dan tidak menarik. Ini biasanya ditemukan pada *anime* dari Jepang yang seringkali menggambarkan karakter perempuan yang lemah, ceroboh, dan tidak cepat tanggap, karena di Jepang sifat-sifat tersebut lebih digemari oleh penggemar laki-laki.
- d. Hubungan *boys' love* yang menyimpang dianggap lebih menarik.
- e. Ada sentimen tersendiri di benak *fujoshi* pada hubungan normal antara pria dan wanita, ini biasanya diakibatkan trauma psikologis seorang *fujoshi* yang pernah ditolak pria.



*Fujoshi* mewujudkan *shippingnya* dengan beberapa tindak komunikasi, seperti mengkoleksi pernak-pernik *shipping*, melakukan diskusi *ship*, membuat karya berdasarkan *ship*, hingga mengadakan *fujo-gath* atau *event* yang berhubungan dengan *shipping-nya*.

a. Mengoleksi pernak-pernik *shipping*

*Fujoshi* dapat menunjukkan dedikasi pada *ship-nya* dengan mengkoleksi pernak-pernik karakter yang di-*shipping* atau pernak-pernik *anime* darimana *ship-nya* berasal. Pernak-pernik ini biasanya terbagi menjadi 2 jenis, yang resmi (*official*) dan tidak resmi (*unofficial*). Pernak-pernik *unofficial* biasanya memiliki desain yang tidak dibuat oleh produsen pernak-pernik *official*, seperti menggambarkan dua karakter pria sebagai *ship*. Karena itulah, meskipun tidak resmi, pernak-pernik ini banyak diincar oleh *fujoshi* karena mewujudkan imajinasi mereka terhadap *ship* yang disukai. Ini membuat pernak-pernik *unofficial* menjadi artefak yang penting dari kegiatan *shipping*.

Diskusi *ship*

Berdasarkan pengamatan peneliti, diskusi ini biasanya terjadi di media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Tumblr dan dilakukan oleh 2 orang atau lebih. Diskusi *ship* juga dapat dilakukan ketika *fujoshi* bertemu dan berkumpul di dunia nyata.

Topik yang dibicarakan biasanya berupa *sharing* atau berbagi pendapat antara 2 *fujoshi* atau lebih berkenaan dengan *ship* yang dibicarakan. Mulai dari membicarakan tentang mengapa mereka bisa *shipping* kedua karakter tersebut, mengapa *shipping* itu lebih menarik bagi mereka daripada *ship* lain, interaksi antar karakter yang mereka temukan di cerita aslinya, serta deduksi atau dugaan-dugaan mereka sendiri mengenai hubungan antara kedua karakter tersebut atau yang biasa disebut sebagai *headcanon*.

Membuat karya berdasarkan *ship*

Ada 4 kategori karya penggemar atau artefak *shipping* yang biasa diciptakan oleh *fujoshi* untuk *ship-nya*. Yang pertama adalah *fan art*, yaitu gambar ilustrasi buatan penggemar berdasarkan karakter atau adegan dari karya fiksi komersil yang sudah ada. *Fan art* buatan *fujoshi* untuk *ship* kesukaannya berupa ilustrasi dari 2 pria yang beradegan romantis sesuai yang diimajinasikan oleh *fujoshi*. Mereka akan menggambarkan 2 karakter pria dari seri tertentu dengan konteks sebagai sepaang kekasih, atau melakukan gestur tubuh yang romantis. Misalnya, kedua karakter pria digambarkan saling berpelukan, berciuman, saling menatap, merangkul atau bergandengan tangan.

*Fujoshi* juga dapat membuat *fanfiction*, atau cerita pendek (cerpen) buatan penggemar berdasarkan karya fiksi komersil yang sudah ada. Ketika kegiatan ini dilakukan oleh *fujoshi*, maka topik ceritanya pun mengenai romansa antara dua karakter pria fiktif. Sementara *doujinshi* adalah karya buatan penggemar lainnya yang berbentuk komik pendek. Tema cerita *doujinshi* bisa bermacam-macam namun mayoritas berbentuk kisah percintaan atau berbentuk pornografi yang memuat adegan seksual karakter dari seri *anime*, *game*, atau komik komersil. Pengarang *doujinshi* disebut sebagai *doujinka*.

Karya lain yang dibuat oleh *fujoshi* untuk *ship-nya* adalah *cosplay* atau *costume play*, yaitu kegiatan yang dilakukan seseorang dengan berdandan, berpakaian, dan berakting sebagai karakter fiksi tertentu yang berasal dari *anime*, *game*, komik, kartun, film, atau karya fiksi lainnya.

d. Mengadakan *fujo-gath* (*fujoshi-gathering*)

Ada 3 tipe acara yang biasanya diadakan oleh *fujoshi* untuk berkumpul bersama *fujoshi* lainnya atau yang biasa disebut sebagai *gathering* atau *fujo-gath*. 3 tipe acara *fujo-gath* adalah *gathering fanservice*, *gathering fandom* (kelompok penggemar), dan *gathering ship*.

Ketiga kegiatan ini memiliki inti kegiatan yang sama, dimana *fujoshi* yang biasanya hanya bisa berinteraksi secara *online* kini bertemu, berinteraksi, dan melakukan kegiatan bersama-sama seperti karaoke, mengobrol dan berdiskusi tentang *ship*, saling memamerkan koleksi pernak-pernik *ship* yang mereka miliki, menggambar *fan art* bersama, serta bertukar koleksi *doujinshi*, *fan art*, dan *fanfiction*.

Pada *gathering fanservice*, *gathering* dihadiri *fujoshi* yang menggemari seri ataupun *ship* yang berbeda-beda. Tipe *gathering* kedua yaitu *gathering fandom*, yaitu acara yang diadakan di antara *fujoshi-fujoshi* penggemar suatu seri yang sama meskipun memiliki *ship* kesukaan yang berbeda-beda. Tipe *gathering* ketiga yaitu *gathering ship*, adalah *gathering* dimana *fujoshi* yang hadir di acaranya hanya menyukai satu *ship* tertentu secara spesifik.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Komponen Komunikasi Kegiatan *Shipping*

Berikut adalah komponen komunikasi kegiatan *shipping* berdasarkan 10 komponen etnografi komunikasi oleh Kuswarno.

#### a. Genre kegiatan *shipping*

Genre atau tipe peristiwa komunikatif dari kegiatan *shipping* adalah *headcanon*, diskusi, serta lelucon mengenai *shipping*. *Shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi* biasanya memiliki unsur *headcanon*, yaitu deduksi atau dugaan-dugaan yang dibuat *fujoshi* mengenai *ship*-nya berdasarkan informasi faktual dari cerita asli atau penokohan karakter yang di-*ship*. *Fujoshi* menemukan ilham *headcanon* ketika ia mendapatkan informasi tertentu tentang karakter yang ia *ship* atau melihat adegan tertentu di cerita asli yang berhubungan dengan karakter yang ia *ship*.

#### b. Topik kegiatan *shipping*

Topik peristiwa komunikatif yaitu berupa tajuk atau tema pembicaraan saat *shipping* terjadi. Topik peristiwa komunikatif dalam kegiatan *shipping* adalah mengenai karakter-karakter yang *fujoshi* pasangkan dalam 1 *ship* serta hal-hal yang berkaitan dengan *ship* tersebut. Contoh topik peristiwa komunikatif dari kegiatan *shipping* adalah pembahasan *headcanon*, diskusi *ship*, tindak komunikasi apa yang akan dilakukan untuk mewujudkan imajinasi *ship*, atau rekomendasi *fanfiction* dan *doujinshi* tentang *ship* yang dinilai bagus dan harus dibaca atau dikoleksi oleh *fujoshi* yang menyukai *ship* tersebut.

#### c. Tujuan dari kegiatan *shipping*

Tujuan dari kegiatan *shipping* menurut semua narasumber dapat dikatakan serupa, yaitu sebagai hiburan pribadi. *Fujoshi* menggunakan kegiatan *shipping* sebagai hiburan untuk menghilangkan rasa stres, tertekan atau penat dari rutinitas hariannya. Selain itu, ada kepuasan batin tersendiri yang didapatkan *fujoshi* dari *shipping* dimana mereka dapat membebaskan imajinasi serta mengarang cerita berdasarkan suatu karya fiksi tanpa mengganggu cerita aslinya.

#### d. Setting kegiatan *shipping*

Ketika melakukan kegiatan *shipping* sendirian, ada beberapa *setting* lokasi yang harus dipenuhi agar *fujoshi* dapat melakukan hobinya dengan nyaman. Dari segi pemilihan tempat, dan waktu masing-masing *fujoshi* memiliki preferensi yang berbeda. Ada *fujoshi* yang melakukan hobinya di waktu senggang, ada pula yang mengaku bahwa hobinya telah menjadi gaya hidup, dimana ia memiliki rutinitas harian untuk hobinya, seperti mengecek *fanfiction* atau *doujinshi* baru setiap pagi dan memikirkan plot cerita *BL* untuk *ship* favoritnya sebelum tidur.

Ada juga *fujoshi* yang tidak bermasalah melakukan kegiatan-kegiatan *shipping* di tempat umum, dan ada pula yang memilih melakukan hobinya ketika ia sendirian di kamar. Yang pasti kerahasiaan dari hobi ini sangat di perhatikan sehingga dalam melakukan hobinya, laptop atau ponsel pribadi wajib dimiliki. Koneksi internet dengan *proxy* juga diperhatikan untuk mengantisipasi situs-situs yang diblokir oleh pemerintah.

#### e. Partisipan dalam kegiatan *shipping*

Kegiatan *shipping* pasti dilakukan oleh *fujoshi* di komunitas dengan latar belakang usia, etnik, dan status sosial yang berbeda-beda. Partisipan kegiatan *shipping* lebih sering berkumpul di media sosial dan biasanya tidak menggunakan nama asli mereka, melainkan nama panggilan (*nickname*) atau nama pena (*penname*). Peneliti mengamati beberapa tipe partisipan kegiatan *shipping* serta aktivitas yang mereka lakukan saat *shipping*, yaitu *fujoshi* khalayak atau audiens, *fujoshi scanlator*, *fujoshi* pembuat karya, dan *fujoshi* informan.

Khalayak adalah partisipan kegiatan *shipping* yang menunjukkan dedikasinya pada *shipping* dengan mengoleksi berbagai komik, novel, atau pernak-pernik *shipping*, tetapi tidak ikut memproduksi karya tertentu untuk *shipping*. Sementara *scanlator* adalah seseorang atau sekelompok orang yang menerjemahkan komik, novel, atau *doujinshi BL* yang bahasanya tidak dimengerti oleh mayoritas *fujoshi* menjadi bahasa yang lebih komunikatif, misalnya dari Bahasa Jepang menjadi Bahasa Inggris.

Grup *scanlator* terbagi dalam beberapa tugas, yaitu *RAW provider/scanlator*, *cleaner*, *editor*, *text provider*, dan *quality checker*. *RAW provider* adalah *fujoshi* yang mempersiapkan pemindaian komik atau *doujinshi BL* dari bentuk buku menjadi bentuk digital dengan cara melakukan *scanning*



dengan mesin *scanner* pada tiap halaman komik. Komik yang telah di-*scan* masih berbahasa Jepang dan tidak dimengerti sebagian besar khalayak *fujoshi*.

*Cleaner* bertugas menghapus semua dialog atau tulisan di dalam komik digital untuk nantinya diganti menjadi terjemahan Bahasa Inggrisnya. Selanjutnya, *text provider* bertugas menerjemahkan dialog dan tulisan di komik menjadi Bahasa Inggris. Lalu komik yang sudah dibersihkan *cleaner* dan terjemahan dialog komik dari *text provider* diserahkan pada *editor*. *Editor* bertugas mengisi balon-balon suara di komik yang kosong dengan teks hasil terjemahan. Terakhir, hasil kerja editor dikirim ke *quality checker* untuk dibaca ulang dan diperiksa kualitas dan akurasi terjemahannya.

Pembuat karya adalah partisipan *fujoshi* yang menciptakan karya fiksi *BL* untuk *shipping*, baik yang original ataupun parodi dari karya fiksi yang sudah ada, berupa *fanfiction*, *fan art*, atau *doujinshi BL*. *Fujoshi* informan adalah partisipan kegiatan *shipping* pertama yang membagikan informasi mengenai *ship* atau segala sesuatu yang berhubungan dengan *ship* kepada komunitas *fujoshi*. Mereka biasanya fasih Bahasa Jepang dan menerjemahkan informasi dari pihak tim produksi *anime*, *game* atau komik yang berbahasa Jepang menjadi Bahasa Inggris. Terjemahan informasi ini lalu dibagikan kepada *fujoshi-fujoshi* lainnya melalui Twitter atau Tumblr.

f. Bentuk pesan dalam kegiatan *shipping*

Bentuk pesan dalam *shipping* baik verbal, verbal non-vokal maupun non-verbal diutarakan *fujoshi* dengan cara *fangirling* (Kuswarno, 2011: 43). *Fangirling* adalah sebutan dimana seorang penggemar perempuan (*fangirl*) melakukan berbagai kegiatan untuk objek/subjek yang disukai atau diidolakan serta reaksi yang dikeluarkan ketika melihat objek/subjek tersebut. Reaksi itu berupa emosi yang meluap-luap, menggebu-gebu, penuh semangat dan kebahagiaan saat melihat objek/subjek yang ia sukai.

- 1) Pesan verbal (lisan)
  - a) Melakukan diskusi *ship* dengan teman-teman *fujoshi* dalam bentuk obrolan langsung.
  - b) Menyerukan perasaan, pendapat atau penilaian mereka mengenai *ship* yang dilihat, seperti 'indah' atau 'lucu'.
  - c) Mengumpat menggunakan kata kasar, seperti 'anjrit'.
  - d) Menyebut nama Tuhan, mengungkapkan rasa syukur.
- 2) Pesan verbal non-vokal (tulisan)
  - a) Melakukan diskusi *ship* dengan teman *fujoshi* secara tidak langsung melalui media sosial
  - b) Membuat karya penggemar seperti *fanfiction*, *fan art*, atau *doujinshi* percintaan berdasarkan pasangan karakter yang mereka *ship*.
  - c) *Keyboard smashing*, yaitu menekan huruf di *keyboard* komputer, laptop, atau ponsel secara asal saja dengan huruf besar karena *fujoshi* merasa sangat bersemangat sehingga tidak tahu harus bicara apa saat melihat *shipping* yang disukai.
  - d) Menggunakan *emoticon* yang mana menggambarkan ekspresi wajah yang sangat gembira, penuh semangat, atau tersenyum simpul.
  - e) Mengetik dengan huruf besar semua dan menghilangkan tanda baca seperti titik (.) dan koma (,). Ini menggambarkan proses pengolahan informasi di benak *fujoshi* saat melihat *ship* yang berlangsung secara cepat dan tanpa jeda.
  - f) Melakukan *spamming*, yaitu mengirim banyak komentar, *tweet*, atau status dalam jarak waktu yang sangat dekat dan memiliki isi pesan yang kurang lebih sama.
- 3) Pesan non verbal
  - a) Mencari dan mengoleksi pernak-pernik (artefak) *shipping*.
  - b) Berteriak, bersorak, dan menjerit, sebagai ungkapan rasa kagum yang tidak bisa dijelaskan dengan kata-kata.
  - c) Tersenyum lebar atau mendadak tertawa, karena melihat tanda-tanda penemuan *ship BL* yang tidak disadari orang lain.
  - d) Melakukan gerak tubuh yang tidak bisa dikontrol, seperti berguling-guling di kasur, menggigit bantal, membenamkan wajah ke bantal karena luapan emosi dan semangat.
  - e) Menyenggol atau memukul teman, agar teman yang bersangkutan melihat atau segera menyadari tanda-tanda *ship BL* yang seorang *fujoshi* lihat.

g. Isi pesan dalam kegiatan *shipping*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Isi pesan dalam penelitian etnografi adalah apa yang dikomunikasikan dalam peristiwa komunikasi baik dalam level konotatif dan referensi denotatifnya (Kuswarno, 2011: 43). Dalam konteks kegiatan *shipping*, level konotatif dan referensi denotatif terlihat dalam proses penafsiran adegan di suatu karya fiksi (referensi denotatif) yang terlihat normal bagi orang lain menjadi mengandung makna *BL* bagi *fujoshi* (level konotatif).

*Fujoshi* memilih kriteria *ship* dilihat dari tingkat kedekatan atau *chemistry* antara 2 karakter pria di cerita atau referensi denotatifnya. Berikut adalah tipe-tipe adegan atau referensi denotatif yang *fujoshi* konotasikan sebagai adegan bernuansa *BL*.

- 1) Penampilan fisik karakter pria, yang mana dibagi *fujoshi* menjadi 2 tipe, yaitu *seme* (postur lebih tinggi atau besar, struktur wajah tegas dan jantan, suara lebih rendah, cenderung agresif dan dominan) dan *uke* (postur lebih pendek atau langsing, struktur wajah halus, suara lebih tinggi, cenderung pasif dan submisif).
- 2) Afeksi yang ditunjukkan dari karakter satu ke karakter lainnya baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal, seperti perhatian, sentuhan, tatapan, kalimat yang diucapkan atau gestur tubuh lainnya yang dinilai *fujoshi* ambigu.
- 3) Situasi cerita dimana ada 2 karakter pria yang sudah lama bersama-sama atau bersahabat.
- 4) Situasi cerita dimana 2 karakter pria berada di sisi yang bersebrangan sebagai musuh ataupun saingan
- 5) Dua karakter pria berada dalam satu ruangan yang sama
- 6) Informasi tentang dua karakter pria yang di-*ship*, seperti sifat atau kecocokan zodiak karakter tersebut.
- 7) Jumlah karakter pria dalam suatu karya fiksi lebih banyak daripada karakter wanitanya

Kisah cinta di karya-karya fiksi genre *BL* sendiri tidak merepresentasikan realita hubungan pasangan *gay* di dunia nyata. Meskipun mengangkat kisah cinta antara pasangan *gay*, genre *BL* tetap dalam batasan fiksi seperti novel atau komik percintaan antara pria dan wanita yang banyak beredar, dimana kisah cinta tersebut didramatisir dan tidak terjadi di dunia nyata.

Kai-Ming Cha, mengutip Lillian Diaz-Przybyl (2005, diakses pada 26 Juni 2016), seorang editor Tokyopop (salah satu penerbit yang melisensi komik *boys' love* dari Jepang ke pasar Amerika Serikat), bahwa penggambaran homoseksualitas dalam komik *boys' love* seringkali kurang tepat. Ini dikarenakan komik *boys' love* digambar oleh komikus wanita dan merupakan fantasi atau imajinasi yang dimiliki perempuan tentang hubungan antara pria, bukan merujuk pada realita homoseksualitas di kehidupan nyata.

#### b. Urutan tindakan dalam kegiatan *shipping*

Berikut adalah urutan tindakan dalam kegiatan *shipping* menurut narasumber penelitian.

- 1) Menonton atau membaca karya fiksi
- 2) Mengidentifikasi karakter pria yang disukai
- 3) Mengidentifikasi *ship* dengan mencari karakter pria lain yang memiliki *chemistry* dengan karakter pria yang pertama diidentifikasi
- 4) Mencari *hints*, yaitu adegan yang menjadi tanda-tanda atau sinyal bahwa dua karakter memiliki interaksi atau daya tarik satu sama lain sehingga mereka layak dipasangkan
- 5) Mencari sesama *fujoshi* yang juga menyukai *ship*
- 6) Mencari *asupan*, yaitu istilah yang *fujoshi* gunakan untuk *fan art*, *fanfiction*, dan *doujinshi* yang isinya berkenaan dengan *ship*-nya.
- 7) Membuat *asupan*, apabila *fujoshi* merasa kurang puas dengan hasil pencarian asupan, atau ia memang mendapatkan ide tertentu ketika melihat interaksi *ship*-nya di cerita aslinya.
- 8) Mencapai titik jenuh dalam *shipping*, yaitu *fujoshi* bosan dengan *ship*-nya.
- 9) Menemukan karya fiksi baru yang menarik untuk diikuti. Pada tahap ini, proses kegiatan *shipping* akan kembali berulang dari awal lagi.

Berikut adalah penggambaran urutan tindakan dalam kegiatan *shipping* sebagai suatu proses yang terus berulang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Gambar 1**  
**Urutan Tindakan Dalam Kegiatan *Shipping***



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Isi dan gambar ini merupakan hak cipta milik Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kaidah interaksi dalam kegiatan *shipping*

Kaidah interaksi yang terjadi dalam kegiatan *shipping* adalah berupa kesepakatan tidak tertulis yang diakui bersama, yaitu walaupun seseorang tidak menyukai *ship* tertentu, dilarang menghina atau menjelekkan *ship fujoshi* lain. Kaidah ini dianggap sebagai kesepakatan bersama untuk menghindari pertengkaran antara *fujoshi* yang masing-masing ingin menunjukkan bahwa *ship*-nya lebih baik daripada *ship* lain. Kaidah lain yang diperhatikan *fujoshi* dalam *shipping* adalah mengenai penulisan dan penyebutan nama *ship*, yaitu sebagai berikut.

- 1) Dalam penyebutan, nama karakter pria yang berperan sebagai *seme (top)* disebut terlebih dahulu, baru disebut nama *uke (bottom)*. Misalnya apabila penyebutan nama *ship* adalah Sasuke-Naruto, maka dalam *ship* tersebut Sasuke adalah karakter yang berperan sebagai *seme*, dan Naruto berperan sebagai *uke*. Apabila *ship* disebut sebagai Naruto-Sasuke, maka *fujoshi* tersebut melakukan *ship* dengan Naruto sebagai *seme*, dan Sasuke sebagai *uke*.
  - 2) Dalam penulisan, Nama *ship* dituliskan dengan ketentuan (nama *seme*) X (nama *uke*). Huruf X adalah pertanda bahwa kedua karakter tersebut di-*ship* sebagai pasangan kekasih. Sebagai contoh, penulisan untuk *ship* Sasuke-Naruto dalam literatur adalah Sasuke X Naruto.
  - 3) Nama *ship* dapat ditulis dengan menggabungkan nama dari dua karakter yang dipasangkan, dimana nama *seme* diletakkan di depan, dan nama *uke* diletakkan di belakang. Sebagai contoh, *ship* Sasuke X Naruto juga dapat digabungkan menjadi SasuNaru. Contoh lain adalah apabila *fujoshi* melakukan *shipping* pada karakter Captain America dan Iron Man dari film Avengers, label *ship* yang digunakan adalah STony, yang mana diambil dari nama asli Captain America yaitu Steve Rogers, dan nama asli Iron Man, yaitu Tony Stark.
- j. Norma-norma interpretasi dalam kegiatan *shipping*
- Norma-norma interpretasi mencakup pada pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan, nilai, norma yang dianut, dan tabu-tabu yang harus dihindari (Kuswarno, 2011: 43). Dalam kegiatan *shipping*, pengetahuan yang umumnya diketahui oleh semua *fujoshi* berupa istilah-istilah yang



sifatnya internasional dalam kegiatan *shipping*, dimana *fujoshi* dari negara-negara yang berbeda pun dipastikan memiliki pengertian konseptual pada istilah-istilah tersebut. Penjelasan lebih lanjut mengenai istilah-istilah linguistik ini ada pada sub-seksi 4, Istilah Linguistik Dalam Kegiatan *Shipping*.

Dalam komunitas *fujoshi* di Indonesia juga terdapat anjuran bersama untuk para *fujoshi* agar menyadari kapan situasi seorang *fujoshi* bisa terbuka mengenai hobinya, dan kapan sebaiknya hobi ini disembunyikan. Ini dilakukan untuk menjaga kerahasiaan tentang konten *boys' love* dan keberadaan komunitas *fujoshi* di tengah masyarakat karena di Indonesia topik LGBT merupakan hal yang menyimpang.

#### 4. Istilah Linguistik dalam Kegiatan *Shipping*

Di dalam komunitas *fujoshi* dan kegiatan *shipping* terdapat *language code* atau istilah-istilah linguistik yang digunakan saat *fujoshi* berinteraksi. Istilah ini berfungsi sebagai deskripsi atau penjelasan mengenai kegiatan yang sedang mereka lakukan. Selain itu, penggunaan istilah-istilah linguistik yang khusus ini juga membantu *fujoshi* menjaga kerahasiaan hobinya karena ketika kata-kata ini di dengar oleh orang awam, kata-kata ini terdengar tidak lazim dan seolah tidak memiliki makna.

*Fujoshi* mempelajari istilah-istilah ini melalui proses enkulturasi dan sosialisasi di dalam komunitas melalui obrolan antar sesama *fujoshi*. Secara cepat atau lambat, mereka pun mengubah atau menambah kosakata mereka mengikuti pola komunikasi di komunitas. Berikut adalah daftar istilah beserta pengertiannya.

a. *Yaoi*, istilah dalam Bahasa Jepang untuk genre *boys' love*. Komik *yaoi* menggambarkan cerita romantis antara dua pria dengan adegan seksual yang cukup eksplisit. *Fujoshi* menggunakan istilah ini sebagai ganti kata 'homo' atau *gay* karena menyebut kedua kata tersebut terus-menerus dirasa kurang sopan.

b. *Shounen-ai*, merupakan bentuk lain dari *yaoi* namun tidak mengandung adegan seksual di dalam ceritanya. *Shounen-ai* mengeksplorasi cerita romantis antara dua pria dan hanya memasukkan kontak fisik sebatas adegan berpelukan dan berciuman saja.

c. *Bromance*, merupakan akronim dari *brotherly romance*, yaitu hubungan antara dua karakter pria yang bersahabat atau bersaudara dan sangat dekat, akrab, juga penuh perhatian satu sama lain namun tidak dilihat *fujoshi* dalam konteks cinta yang romantis.

d. *Seme*, istilah Bahasa Jepang untuk karakter pria yang berperan sebagai *top* dalam pasangan *gay*.

e. *Uke*, istilah Bahasa Jepang untuk karakter pria yang berperan sebagai *bottom* dalam pasangan *gay*.

f. *Seke*, istilah Bahasa Jepang untuk karakter pria yang berperan *versatile* dalam pasangan *gay*, ia bisa menjadi *seme* maupun *uke*.

g. *Hints*, merupakan adegan-adegan dalam karya fiksi yang dianggap memberikan petunjuk atau pertanda bahwa dua karakter yang dipasangkan oleh *fujoshi* memang memiliki hubungan atau interaksi yang dekat. Adegan yang dianggap *hints* oleh *fujoshi* biasanya dianggap ambigu dan memiliki makna tersirat bahwa kedua karakter pria tersebut bisa saja saling menyukai, yang sebenarnya murni hanya imajinasi di benak *fujoshi*.

h. *Fandom*, merupakan akronim dari *fanatic domain* atau *fans kingdom*, yaitu perkumpulan para penggemar yang sama-sama menyukai suatu karya fiksi seperti *game*, *anime*, komik, atau *film*. Berbeda dengan *fans club* (kelompok penggemar) atau *fanbase*, *Fandom* dari suatu karya fiksi tidak terbatas pada wilayah tertentu dan berbasis di internet.

i. *Canon*, istilah yang digunakan untuk menggambarkan suatu hal yang benar-benar terjadi di jalan cerita asli suatu karya fiksi, bukan karangan penggemar saja. Suatu hal ini dapat berupa perkembangan cerita atau pasangan karakter dari cerita yang diresmikan sebagai pasangan kekasih oleh pengarang ceritanya. *Fujoshi* menganalogikan hal tersebut sebagai *canon* karena *canon* berarti meriam yang bisa menghancurkan kapal atau *ship* (pasangan *BL*) imajinasi mereka.



*Headcanon*, analisis atau dugaan-dugaan *fujoshi* mengenai apa yang terjadi di balik layar dari suatu karya fiksi, berdasarkan informasi yang mereka dapatkan dari jalan cerita yang asli atau pengarang dari karya fiksi tersebut.

- k. *Plot bunny*, secara harafiah berarti ‘kelinci plot’, yaitu keadaan dimana *fujoshi* merasa mendapatkan banyak ide atau plot cerita untuk materi *fanfiction* dan *doujinshi*. *Fujoshi* menggunakan hewan kelinci dalam istilah tersebut karena hewan kelinci terkenal sangat cepat dan mudah berkembangbiak, sehingga plot atau ide cerita yang banyak sekali muncul di benak *fujoshi* diibaratkan sebagai hasil perkebangbiakan kelinci plot atau *plot bunny* di dalam otak mereka.

*OTP*, singkatan dari One True Pairing, yaitu *pairing* atau *shipping* (pasangan) yang sangat disukai, disenangi, dan diobsesikan oleh seorang *fujoshi*, dimana 2 karakter dalam *ship* tertentu dianggap benar-benar cocok satu sama lain.

*NOTP*, singkatan dari Not One True Pairing, yaitu *pairing* atau *shipping* yang paling tidak disukai atau dibenci oleh seorang *fujoshi*.

*OTP minor/major*. *OTP* minor adalah keadaan ketika *ship* atau *OTP* seorang *fujoshi* jarang disukai oleh *fujoshi* lain di komunitas, sehingga dianggap sebagai minoritas. Sebaliknya *OTP major* adalah *OTP* atau *ship* yang disukai oleh mayoritas *fujoshi*.

*Crack pairing*, merupakan *pairing* atau pasangan yang sama sekali tidak cocok atau tidak bisa dibayangkan untuk bersama, dan tidak memiliki *hints* di cerita aslinya, namun dipasangkan oleh *fujoshi* sebagai bahan lelucon. *Crack pairing* termasuk dalam kategori *ship* yang minoritas.

*Shipwar*, yaitu ‘perang’ atau pertengkaran antara dua kelompok *fujoshi* dengan *ship* yang berbeda. Pertengkaran ini biasanya berupa penghujatan pada *ship* lawan dan membanggakan *ship* sendiri karena masing-masing kelompok merasa *OTP*-nya adalah yang terbaik dan tidak bisa toleransi atau menghormati selera orang lain.

*Asupan*, yaitu hal-hal yang dapat memuaskan *fujoshi* akan kebutuhan *shipping* seperti *hints*, *fanfiction*, *fan art*, *doujinshi*, dan diskusi *ship*.

Belanja berhala, kegiatan membeli pernak-pernik *boys’ love* atau *shipping*. Disebut sebagai berhala karena harganya sering kali mahal, jumlahnya sangat banyak sehingga *fujoshi* terobsesi mengkoleksi semuanya, dan dari segi kegunaan pernak-pernik ini sifatnya tidak memiliki fungsi dan hanya berupa koleksi pajangan saja. Menurut *fujoshi*, sebutan berhala juga merujuk pada hobi mereka yang bertolak-belakang dengan ajaran agama.

Racun, sebutan yang digunakan untuk katalog pra-pesan pernak-pernik *boys’ love* yang diperdagangkan oleh seorang *fujoshi*. Istilah ini juga dapat digunakan untuk pernak-pernik *BL* bersama dengan ‘berhala’. *Fujoshi* menyebutnya sebagai ‘racun’ karena dianggap berbahaya bagi keuangan *fujoshi* akibat tidak dapat menahan diri untuk memesan dan berbelanja pernak-pernik *BL* di katalog.

- t. Kapal karam, kondisi dimana *ship BL* atau pasangan karakter pria yang disukai oleh *fujoshi* tidak akan bisa bersatu walau dalam imajinasi sekalipun. Hal ini terjadi ketika di cerita aslinya salah satu karakter yang dipasangkan tersebut meninggal atau resmi berpacaran dan menikah dengan karakter lain (biasanya karakter wanita).

- u. *Titanic*, sebutan yang digunakan apabila kapal yang karam atau pasangan yang tidak bisa bersatu adalah pasangan atau *ship* yang disukai oleh banyak *fujoshi*. Kapal pesiar RMS Titanic dijadikan sebagai referensi karena ketika kapal itu tenggelam korban yang berjatuh sangat banyak. Kasus *titanic* yang paling sering dibicarakan *fujoshi* adalah ketika komik Naruto tamat, dimana banyak *fujoshi* melakukan *shipping* pada karakter Sasuke-Naruto, namun di akhir komiknya Sasuke menikah dengan karakter perempuan bernama Sakura, sementara Naruto menikah dengan Hinata. Akhir cerita ini secara otomatis ‘mengkaramkan’ *ship* Sasuke-Naruto.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- v. Otome Road, sebuah jalan di Tokyo, Jepang, dimana pengunjung dapat menemukan berbagai hal seputar *anime* untuk demografi perempuan, termasuk genre *boys' love*.
- w. *Closet fujoshi*, sebutan untuk *fujoshi* yang sangat merahasiakan hobinya dari keluarga atau lingkungan di luar komunitas *fujoshi*. Bahkan bisa saja hanya teman-teman *fujoshi* terdekatnya yang tahu bahwa seseorang itu adalah *fujoshi*, sementara komunitas tidak tahu mengenai identitasnya. Kata *Closet* yang berarti 'toilet' atau 'lemari pakaian' digunakan karena di toilet atau lemari pakaian seseorang mendapatkan privasi paling ketat tanpa diganggu orang lain. *Closet fujoshi* diibaratkan seperti *fujoshi* yang mungkin hanya melakukan hobinya ketika sendirian di toilet sehingga tidak ada seorang pun di komunitas yang mengetahui identitasnya. *Closet* sendiri merupakan plesetan dari *closed* yang artinya tertutup.

#### Kompetensi Komunikasi dalam Kegiatan *Shipping*

Menurut Kuswarno (2011: 43-44), kemampuan atau ketidakmampuan dari kompetensi komunikasi mengacu pada pengetahuan serta keterampilan komunikatif yang sama-sama dimiliki oleh satu kelompok sosial atau masyarakat. Kompetensi komunikasi dapat bervariasi pada tiap individu, namun kemampuan dan ketidakmampuan (kompetensi dan inkompetensi ini) bisa mengakibatkan *culture shock* atau *misscommunication*.

Dalam komunitas *fujoshi*, inkompetensi anggota komunitas terlihat pada ketidakmampuan sebagian *fujoshi* untuk merahasiakan hobinya. Miskomunikasi ini terlihat pada banyaknya *fujoshi* yang bersikap kurang hati-hati dalam menunjukkan hobi dan identitasnya. Sehingga narasumber menilai bahwa *fujoshi* seringkali mengganggu ketentraman umum dan membuat risih penggemar non-*fujoshi*.

Inkompetensi lain pada komunitas *fujoshi* juga terlihat pada pelanggaran kaidah *shipping*, yaitu kesepakatan bahwa walaupun seseorang tidak menyukai *ship* tertentu, dilarang menghina, atau menjelekkkan *ship fujoshi* lain. Pelanggaran pada kaidah bersama menimbulkan pertengkaran antara *fujoshi* yang disebut *shipwar*.

Inkompetensi dalam berkomunikasi di komunitas juga biasanya di alami oleh seseorang ketika mereka baru menjadi *fujoshi* dan masuk ke dalam komunitas *fujoshi*. Menurut narasumber, mempelajari varietas bahasa atau bahasa *slang* yang digunakan dalam komunitas terjadi melalui pergaulan dan membutuhkan proses. Lambat atau cepatnya proses ini tergantung dari seberapa sering seseorang mengobrol dengan teman-temannya di komunitas.

#### 6. Stratifikasi Sosial di Komunitas *Fujoshi*

Berikut adalah penjabaran stratifikasi sosial dalam komunitas *fujoshi* serta pemaknaan *fujoshi* pada orang-orang di luar komunitasnya. Stratifikasi ini simpulkan oleh *fujoshi* berdasarkan peredaan perilaku yang diperlihatkan *fujoshi* dalam melakukan hobinya di komunitas. *Fujoshi* yang termasuk golongan derajat yang lebih tinggi mempunyai beberapa label seperti '*elite fujoshi*', '*fujoshi dewa*', '*master fujoshi*' atau '*kaptan kapal (ship)*'. Sebutan '*kaptan kapal*' diberikan karena dedikasinya kepada *ship* atau pasangan tertentu yang tidak bisa ditandingi *fujoshi* lain. Berikut adalah kategori perilaku seorang *fujoshi* yang membuatnya dimaknai sebagai golongan ini;

- a. Memiliki pengetahuan yang luas dan mendalam tentang *boys' love*.
- b. Dedikasi yang sangat besar untuk *ship*-nya, diukur dari apa saja yang telah ia hasilkan untuk *ship* atau seberapa besar pengeluarannya untuk mengkoleksi pernak-pernik *ship*.
- c. Sering membuat *fanfiction*, *fan art*, atau *doujinshi BL* berkualitas bagus, yang menjadi bahan *asupan* atau koleksi untuk *fujoshi* lain.
- d. Mempunyai pengikut atau penggemarnya sendiri.
- e. Sering ke Jepang untuk berbelanja pernak-pernik *BL*.
- f. Tampak tenang dan elegan, tidak terlihat seperti *fujoshi*.
- g. Berpenampilan modis dan gaya.
- h. Merupakan *fujoshi-fujoshi* generasi awal yang mempelopori keberadaan forum-forum *boys' love* di Indonesia. *Fujoshi* yang lebih muda memiliki rasa hormat tersendiri untuk mereka karena cara mereka melakukan hobi atau kegiatan *shipping* di eranya yang lebih sulit akibat minimnya aksesibilitas, dibandingkan saat ini ketika internet sudah mudah diakses.

Sementara itu, *fujoshi* yang menempati derajat lebih rendah biasanya disebut sebagai '*fujoshi newbie*' atau '*awak kapal*'. Istilah '*awak kapal*' muncul bersamaan dengan '*kaptan kapal*'. Sementara



'kaptan kapal' diakui dedikasinya yang mendalam kepada *ship*-nya, 'awak kapal' cenderung hanya menikmati *asupan-asupan* yang dibuat oleh 'kaptan kapal'. *Fujoshi* yang masuk dalam kategori ini adalah mereka yang baru menjadi *fujoshi* dan memiliki pengetahuan yang masih minim mengenai *boys' love* dan *shipping*.

Selain dua stratifikasi diatas, stratifikasi yang paling rendah dalam komunitas *fujoshi* adalah mereka yang disebut sebagai '*fujoshi labil*' atau '*fujoshit*'. Panggilan *fujoshit* merupakan gabungan antara *fujoshi* dengan kata dalam Bahasa Inggris '*shit*' yang berarti 'kotoran'. Sebutan itu, sama seperti '*fujoshi labil*', merupakan hinaan untuk *fujoshi-fujoshi* yang dianggap terlalu vulgar dalam menunjukkan identitasnya. Hinaan ini biasanya lebih sering disebutkan dari orang-orang di luar komunitas *fujoshi*.

Seorang *fujoshi* dimaknai sebagai *fujoshit* ketika melakukan hal-hal sebagai berikut;

a. Suka berteriak-teriak di tempat umum menyatakan statusnya sebagai *fujoshi* atau kesukaannya pada *boys' love*. Agar kata-kata mereka bisa dicerna bahkan oleh orang awam, *fujoshi* ini tidak segan berteriak dengan menggunakan kata 'homo' dibanding *yaoi* atau *BL*. Perbuatan ini dianggap mengganggu ketertiban umum dan membuat risih baik *fujoshi* maupun non-*fujoshi* yang mendengarnya.

b. Suka memulai keributan di antara *fujoshi lain* dengan menghina atau menjelekkkan *ship fujoshi lain* sehingga memicu *shipwar*.

Hasil dari pemaknaan dari stratifikasi di komunitas ini berdampak pada cara *fujoshi* berinteraksi dengan *fujoshi lain* yang mereka anggap berada di stratifikasi tertentu. Ketika seorang *fujoshi* berinteraksi dengan sosok yang ia maknai berada derajat lebih tinggi atau lebih rendah, tanpa disadari ada perbedaan dalam cara berkomunikasi yang ia gunakan.

Menurut sebagian narasumber, kepada *fujoshi* yang derajatnya dianggap lebih tinggi darinya, mereka akan bersikap lebih segan dan agak menjaga citra diri agar tidak dikira sebagai *fujoshit* oleh lawan bicaranya. Beberapa narasumber juga mengaku merasa senang, bangga, dan lebih termotivasi untuk berkarya mengenai *ship*-nya ketika diberi komentar oleh *fujoshi* yang dianggap berasal dari stratifikasi lebih tinggi.

Sementara ketika berhadapan dengan *fujoshi* dari derajat yang lebih rendah seperti *fujoshi newbie*, narasumber mengaku akan bersikap membimbing agar *fujoshi* tersebut tidak bersikap seperti *fujoshit*. Apabila mereka berhadapan dengan *fujoshi* yang dianggap berstratifikasi sebagai *fujoshit*, narasumber lebih memilih menghindar atau apabila mereka kenal dengan orangnya, mereka mencoba untuk mengingatkan *fujoshi* itu untuk lebih menjaga sikap.

## Simpulan

Etnografi komunikasi yang terjadi di komunitas *fujoshi* berpusat pada kegiatan *shipping* yang dilakukan oleh khalayak *fujoshi* dalam komunitasnya. *Fujoshi* bisa sangat menggemari suatu *ship boys' love* hingga ditahap pemujaan terhadap *ship* tersebut. Untuk mewujudkan imajinasinya, *fujoshi* pun melakukan beberapa tindakan, yaitu mengoleksi pernik-pernik mengenai *ship*, membuat karya berdasarkan *ship*, mendiskusikan *ship* dengan sesama *fujoshi* yang menggemari *ship* tersebut, hingga melakukan *gathering fujoshi* atau acara tertentu berkaitan dengan *ship* kesukaannya.

Kegiatan-kegiatan ini didukung juga oleh ragam istilah linguistik yang digunakan *fujoshi* saat berkegiatan, komponen-komponen yang mempengaruhi kegiatan *shipping* yang dilakukan, hingga kompetensi atau inkompetensi *fujoshi* saat melakukan kegiatan *shipping*. Baik wujud tindakan aktivitas *shipping*, istilah linguistik yang digunakan saat *shipping*, hingga komponen dan kompetensi tersebut di atas, merupakan bukti dari etnografi atau kebudayaan yang terjadi di komunitas *fujoshi*.

Dari segi linguistik, keragaman dan ketidaklaziman istilah yang digunakan juga berfungsi sebagai penyamar komunitas ini dari pandangan masyarakat awam. *Fujoshi* Indonesia sangat merahasiakan hobinya dari masyarakat karena tingginya intoleransi masyarakat pada isu LGBT. Ketika berkumpul di media sosial pun, mayoritas menggunakan identitas samaran dan jarang membicarakan mengenai data pribadi seperti lokasi persis tempat tinggal dan kehidupan pribadi. Ketika seseorang berkegiatan sebagai *fujoshi*, ia sepenuhnya memisahkan kehidupannya sebagai *fujoshi* dengan kehidupannya sebagai identitas lain di dunia nyata. Informasi atau detil tentang kehidupan pribadi mungkin hanya dibagikan pada teman-teman *fujoshi* terdekatnya saja.

Etnografi komunikasi di komunitas *fujoshi* selain memiliki keunikan dalam kegiatan *shipping* yang dilakukan, juga memiliki keunikan pada objek hobinya yang tidak lazim, yaitu *boys' love*. Hal ini membuat

etnografi komunitas *fujoshi* memiliki warnanya sendiri dan tidak dapat ditemukan dalam komunitas lain, sehingga menarik untuk dipelajari dan diteliti lebih lanjut.

## Saran

Peneliti menyarankan agar penelitian mengenai topik *fujoshi* dan genre *boys' love* dapat lebih dikembangkan lagi. Tidak banyak penelitian dalam ranah ilmu komunikasi yang membahas komunitas *fujoshi* sebagai subyeknya. Sehingga masih banyak aspek-aspek dari komunitas *fujoshi* dan karya fiksi genre *boys' love* yang dapat diteliti di masa yang akan datang, seperti dalam aspek interaksi simbolik, komunikasi antar pribadi, atau komunikasi kelompok di dalam komunitas *fujoshi*.

Komunitas *fujoshi* juga bisa mulai mempertimbangkan untuk mengadakan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial ke masyarakat. Selain itu menurut peneliti, kegiatan yang dilakukan *fujoshi* hanya berpusat pada hiburan untuk dirinya dan komunitasnya saja. Tidak ada kegiatan *fujoshi* yang bersentuhan dengan sisi simpati dan empati sosial *fujoshi* sebagai manusia.

Apalagi, hobi seorang *fujoshi* identik dengan hedonisme dan konsumerisme pada pernak-pernik *shipping* yang harganya cukup tinggi. Ini sangat disayangkan karena meskipun komunitas *fujoshi* dapat memberikan dampak positif pada anggota-anggotanya, tetapi tidak ada tindak positif nyata yang dilakukan komunitas *fujoshi* kepada masyarakat ataupun lingkungan.

## Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada komunitas *fujoshi* Indonesia yang telah membantu peneliti melakukan penelitian lapangan dan Ibu Wiratri Anindhita yang telah membimbing peneliti dalam penulisan laporan penelitian ini.

## Daftar Pustaka

### Buku teks

- Kriyantono, Rachmat (2009), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Kuswarno, Engkus (2011), *Etnografi Komunikasi: Pengantar Dan Contoh Penelitiannya*, Bandung: Widya Padjajaran.
- Meloeng, Lexy J. (2012), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin (2011), *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Wenger, Etienne, et.al (2002), *Cultivating Communities of Practice: A Guide To Managing Knowledge*, Boston: Harvard Business School Press.
- Wood, Julia T (2011), *Communication Mosaics: An Introduction To The Field Of Communication*, 6th Edition, Boston: Wadsworth Cengage Learning.

### Sumber dari internet

- Aarinfantasy's Yaoi Collection, diakses 15 Agustus 2016, <http://aarinfantasy.com/>
- Archive Of Our Own, diakses 23 Agustus 2016, <http://archiveofourown.org/>
- Cha, K 2005 'Yaoi manga: what girls like?' *Publishers Weekly*, diakses 26 Juni 2016
- Fujoshi Indonesia*, diakses 25 Juni 2016, <https://www.facebook.com/groups/703664013028005/>



Indonesia Fujoshi Forum (pecinta yaoi), diakses 25 Juni 2016, <https://www.facebook.com/Indonesia-Fujoshi-Forum-pecinta-yaoi-161024260585116/>

Indonesia termasuk paling tidak toleran terhadap homoseksualitas' 2013, *VOA Indonesia*, 5 Juni, diakses 25 Juni 2016

Kircher, M 2015, "I ship them"—the strange concept that's changing the way people talk about relationships' *Tech Insider*, diakses 15 Juli 2016

Lewitt, A 2009, 'Girls who love boys who love boys: inside the Midwest's first celebration of all things yaoi—where the screaming never stops' *Riverfront Times*, diakses 26 Juni 2016

Shipping' *Urban Dictionary*, Urban Dictionary.com, diakses 16 Juli 2016, <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=shipping>

Strickland, E 2006, 'Drawn together' *Village Voice*, diakses 26 Juni 2016

Why girls love boys love' 2006, *The Beat*, 3 November, *Comics Beat*, diakses 20 Agustus 2016.

### Skripsi/tesis/disertasi

Al Arini, Mas Achmada Syarifah Ayu (2015), Skripsi: *Gambaran Fujoshi pada Tokoh Ogiue Chika dalam Manga Genshiken karya Kio Shimoku*, Universitas Brawijaya (Tidak Dipublikasikan).

Dewi, Putri Andam (2012), Jurnal: *Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia*, Universitas Indonesia

Gita, Dita Maya (2015), Skripsi: *Gambaran Fujoshi (腐女子) di Jepang pada Tokoh Yoriko dalam Film Fujoshi Kanojo Karya Sutradara Atsushi Kaneshige*, Universitas Brawijaya (Tidak Dipublikasikan).

Hapsari, Dian Fitriawati (2013), Skripsi: *Gambaran Fujoshi melalui tokoh Asai Rumi dalam Komik Fujoshi Rumi karya Natsumi Konjou*, Universitas Dian Nuswantoro Semarang (Tidak Dipublikasikan).

Nice (2013), Skripsi: *Analisis Penyebab Munculnya Minat Fujoshi pada Genre Yaoi*, Universitas Bina Nusantara (Tidak Dipublikasikan).

Nurizky, Fatma (2012), Skripsi: *Analisis Perubahan Perilaku Perempuan Penggemar Genre Boys' Love Melalui Forum Virtual di dalam Cyberspace*, Universitas Indonesia (Tidak Dipublikasikan).

Puspitasari, Ratih (2013), Skripsi: *Persepsi Perempuan Penggemar Kisah Fiksi Romantis Antar Lelaki (Fujoshi) Terhadap Percintaan Antar Lelaki (Boy's Love)*, Universitas Brawijaya (Tidak Dipublikasikan).

Safeya, Ismi Pradnya (2013), Skripsi: *Peran Fandom dalam Transformasi Identitas Gender*, Universitas Indonesia (Tidak Dipublikasikan).

Saputri, Dwiny (2013), Skripsi: *Analisis Konstruksi Berpikir Seksual Pada Pembaca Perempuan Online Yaoi Fanfiction*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (Tidak Dipublikasikan).

Winduwati, Septia (2015), Jurnal: *Fujoshi Remaja dan Kenikmatan Bermedia Yaoi (Studi Kasus Pada Remaja Putri Penggemar Fiksi Romantis Homoerotis Jepang)*, Universitas Tarumanegara.

### Buku terjemahan

Creswell, John W. (2014), *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih Di Antara Lima Pendekatan*, Edisi Ke- 3, Terjemahan oleh Ahmad Lintang Lazuardi,



Yogyakarta: Cetakan Pelajar.

Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss (2012), *Teori Komunikasi*, Edisi 9, Terjemahan oleh Mohammad Yusuf Hamdan, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Samovar, Larry A., Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel (2010), *Komunikasi Lintas Budaya*, Edisi 7, Terjemahan oleh Indri Margaretha Sidabalok, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**