



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA



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

#### A. Landasan Teoritis

##### 1 Etnografi Komunikasi

Etnografi merupakan suatu desain kualitatif yang penelitiannya mendeskripsikan dan menafsirkan pola yang sama dari nilai, perilaku, keyakinan, dan bahasa dari suatu kelompok berkebudayaan sama (Creswell, 2014: 125). Ada berbagai macam bentuk etnografi. Beberapa diantaranya, misalnya etnografi pengakuan, riwayat hidup, auto-etnografi, etnografi feminis, novel etnografis, etnografi visual, serta dua bentuk yang paling populer adalah etnografi realis dan kritis.

Dalam etnografi realis, etnografer menuliskan laporan objektif tentang informasi yang ia pelajari dari partisipan di suatu tempat. Sementara etnografi kritis fokus pada usaha etnografer untuk memperjuangkan emansipasi bagi kelompok masyarakat yang terpinggirkan (Creswell, 2014: 129-130).

Bentuk etnografi lain adalah etnografi komunikasi. Berbeda dengan etnografi pada umumnya yang membahas sebuah kebudayaan secara menyeluruh, etnografi komunikasi berfokus pada peristiwa-peristiwa komunikasi yang terjadi di dalam kebudayaan tertentu, sehingga penelitiannya lebih fokus pada aspek komunikasi dari suatu kelompok masyarakat berkebudayaan sama saja. Menurut Littlejohn dan Foss (2012: 460), etnografi komunikasi adalah sebagai berikut;

“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

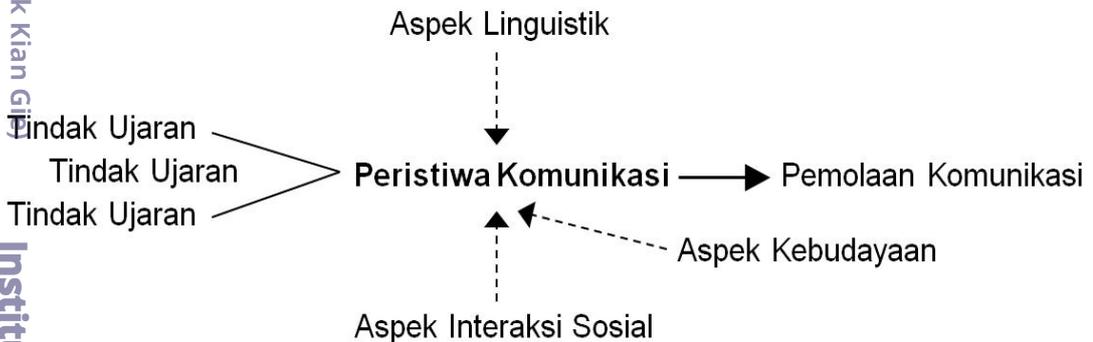
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



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.”

Tradisi penelitian ini ditemukan oleh Dell Hymes. Menurut Hymes, budaya berkomunikasi memiliki cara yang berbeda, tapi semua bentuk komunikasi membutuhkan kode bersama, pelaku komunikasi yang tahu dan menggunakan kode, sebuah alat, keadaan, bentuk pesan, topik, dan sebuah peristiwa yang diciptakan dengan penyebaran pesan (Littlejohn dan Foss, 2012: 461). Berikut adalah model etnografi komunikasi menurut Kuswarno (2011: 19-20);

**Gambar 2.1**  
**Model Etnografi Komunikasi menurut Engkus Kuswarno**



Keterangan gambar adalah sebagai berikut;

- Tindak Ujaran adalah tindakan yang berfungsi interaksi tunggal, seperti pernyataan, permohonan, perintah, atau bahasa non-verbal.
- > Menggambarkan aspek-aspek yang mempengaruhi sebuah peristiwa komunikasi.
- Peristiwa komunikasi adalah keseluruhan perangkat komponen komunikasi yang utuh. Dimulai dengan tujuan utama komunikasi, topik umum yang sama, dan melibatkan partisipan yang sama, yang secara



umum menggunakan varietas bahasa yang sama, mempertahankan *tone* yang sama dan kaidah-kaidah yang sama. Komponen komunikasi menurut Kuswarno adalah genre, topik, tujuan, *setting*, partisipan, bentuk pesan, isi pesan, urutan tindakan, kaidah interaksi, dan norma interpretasi.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- d. Aspek linguistik mencakup elemen-elemen verbal, non verbal, pola elemen-elemen dalam peristiwa tutur tertentu, rentang varian yang mungkin (dalam semua elemen dan pengorganisasian elemen-elemen itu), dan makna varian-varian dalam situasi tertentu.
- e. Aspek interaksi sosial mencakup persepsi ciri-ciri penting dalam situasi komunikatif, seleksi dan interpretasi bentuk-bentuk yang tepat untuk situasi, peran, dan hubungan tertentu (kaidah untuk penggunaan ujaran), norma-norma interaksi dan interpretasi, dan strategi untuk mencapai tujuan.
- f. Aspek kebudayaan mencakup struktur sosial, nilai dan sikap, peta/skema kognitif, proses enkulturasi (transmisi pengetahuan dan keterampilan).
- g. → Sebagai kata ganti menghasilkan.
- h. Pola komunikasi adalah hubungan-hubungan khas dan berulang antar komponen komunikasi.

Berikut adalah beberapa istilah yang menjadi dasar pijakan dalam melakukan etnografi komunikasi menurut Kuswarno (2011: 38-46);

Istilah pertama adalah masyarakat tutur (*speech community*).

Kuswarno mengutip Wax bahwa kebudayaan adalah satu kenyataan dari pengertian yang dialami bersama” (*shared meaning*). Kelompok sosial

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.



dalam etnografi komunikasi tidak sama dengan suku bangsa walaupun berbicara menggunakan bahasa yang sama. Dalam masyarakat tutur juga dapat terbagi lagi menjadi sub-sub masyarakat tutur yang lebih kecil.

Dalam penelitian, masyarakat tutur dalam etnografi komunikasi adalah khalayak dari komunitas *fujoshi*. Masyarakat dalam komunitas *fujoshi* bukan berupa suku bangsa, tetapi kelompok sosial yang berbagi pengertian yang sama dalam menyikapi konten homoseksualitas dalam suatu karya fiksi.

Istilah kedua adalah aktivitas komunikasi. 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.

Peristiwa ini berakhir apabila terjadinya perubahan pada partisipan seperti adanya periode hening atau perubahan posisi tubuh. Di dalam peristiwa komunikasi, terdapat tindak komunikatif yang berupa interaksi tunggal seperti pernyataan, permohonan, perintah ataupun perilaku non verbal.

Aktivitas komunikasi atau peristiwa komunikasi dalam penelitian ini adalah kegiatan *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi* pada karakter-karakter yang diimajinasikan sebagai seorang *gay*. *Shipping* biasanya dimulai dengan interaksi tunggal tertentu seperti membuat pernyataan mengenai *shipping* atau aktivitas-aktivitas yang bersifat non-verbal, lisan maupun tulisan dengan tanda, gambar, dan lain sebagainya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Instititit Bisnis dan Informatika 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.



Istilah ketiga yang disebutkan Kuswarno adalah komponen komunikasi. 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, perkenalan, dongeng, gosip dan sebagainya.
- b. Topik peristiwa komunikatif. Dalam komunitas *fujoshi*, genre dan topik peristiwa komunikatif adalah berupa obrolan imajinatif yang memasang-masangkan karakter-karakter pria dalam karya fiksi.
- c. Tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan juga fungsi dan tujuan partisipan secara individual, yaitu tujuan *fujoshi* melakukan kegiatan *shipping*.
- d. *Setting* termasuk lokasi, waktu, musim, dan aspek fisik situasi yang lain (misalnya besarnya ruangan, tata letak perabotan, dan sebagainya). *Setting* dalam komunitas *fujoshi* dimaksudkan sebagai kapan dan dimana mereka melakukan kegiatan *shipping*.
- e. Partisipan, termasuk usianya, jenis kelamin, etnik, status sosial, atau kategori lain yang relevan, dan hubungan satu sama lain. Dalam penelitian ini, mencakup ragam latar belakang identitas diri para *fujoshi*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika 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.



- 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). Dalam hal ini, penelitian juga dilakukan pada penyebaran pesan serta isi pesan dalam kegiatan *shipping* diantara *fujoshi* serta istilah-istilah yang mereka gunakan dalam *shipping*, misalnya *seme*, *uke*, *OTP*, dan lain sebagainya.
- h. Urutan tindakan, atau urutan tindak komunikatif atau tindak tutur termasuk alih giliran atau fenomena percakapan. Dalam penelitian ini, mencakup mengenai urutan kegiatan *shipping* dari permulaannya hingga apa yang dihasilkan *fujoshi* dari kegiatan tersebut.
- 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. Cakupan dalam penelitian ini adalah mengenai aturan-aturan yang dianut oleh seorang *fujoshi* dalam menjaga kerahasiaan komunitasnya.

Bentuk pesan non-verbal dalam komponen komunikasi memiliki banyak macam, ada 10 tipe perilaku non-verbal menurut Wood (2011: 100-108) yang biasanya digunakan pelaku komunikasi untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna.

- a. Kinesis, yaitu posisi dan gerakan tubuh termasuk wajah. Gerakan tubuh atau raut muka tertentu, masing-masing memiliki makna yang berbeda.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika 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.



- b. *Haptics*, yaitu kontak fisik. Ketika wanita terlibat dalam kontak fisik, ia menunjukkan rasa suka, kedekatan atau kemesraan. Sementara kontak fisik yang dilakukan oleh pria menunjukkan kekuatan dan kontrol.
- c. Penampilan fisik. Penampilan fisik seseorang memberikan makna atau persepsi tertentu dalam benak kita.
- d. *Olfactics*, yaitu kesadaran akan bau atau aroma. Bau dapat mengkomunikasikan situasi atau keadaan diri seseorang.
- e. Artefak, objek pribadi yang dapat menunjukkan identitas diri, etnik atau budaya tertentu.
- f. *Proxemics*, yaitu jarak personal. Jarak mengkomunikasikan kedekatan kita pada subjek atau objek tertentu. Semakin menghilang suatu jarak antara dua orang, semakin dekat hubungan antara dua orang tersebut.
- g. Faktor lingkungan, yaitu elemen-elemen dari *setting* keadaan sekitar yang mempengaruhi bagaimana kita merasa, berpikir, dan bertindak.
- h. *Chronemics*, bagaimana seseorang menghargai waktu untuk menunjukkan identitas dan interaksi budaya. Misalnya, orang dari budaya yang berbeda memiliki kebiasaan tentang ketepatan waktu yang berbeda pula.
- i. *Paralanguage*, yaitu komunikasi yang vokal namun bukan berupa kata-kata. Dapat berupa suara, misalnya gumaman, helaan napas, atau sentakan napas. Selain itu, juga dapat berupa kualitas vokal seperti besar-kerasnya suara, ritme, tinggi-rendahnya suara. Nada bicara juga mempengaruhi bagaimana orang lain menginterpretasikan apa yang kita bicarakan.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



- j. Keheningan. Keheningan dapat mengirimkan pesan non-verbal yang kuat, seperti amarah, jengkel, perasaan tidak nyaman, pengacuhan, dan lain sebagainya.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dalam penelitian ini, peneliti juga akan mengategorikan pesan-pesan non-verbal pada bentuk pesan di komponen komunikasi yang dilakukan atau dibuat oleh *fujoshi*, serta menginterpretasikan isi pesan seperti apa yang terlihat oleh *fujoshi* sebagai pesan dengan makna *boys' love*.

Istilah keempat 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.

Terakhir, istilah yang kelima adalah varietas bahasa. Kuswarno 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. Dalam penelitian ini, varietas bahasa terlihat pada istilah-istilah yang digunakan *fujoshi* dalam kegiatan *shipping* dan bagaimana proses penyebaran istilah tersebut di tengah komunitas yang sarat akan anonimitas.

Peneliti menggunakan penjabaran etnografi komunikasi oleh Kuswarno. Ini karena menurut peneliti penjabaran etnografi komunikasi oleh

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.



Kuswarno cocok untuk subjek penelitian, yaitu komunitas *fujoshi* di Indonesia.

Penjabaran etnografi komunikasi oleh Kuswarno dirasa peneliti dapat menjadi acuan untuk menggambarkan etnografi komunikasi dalam peristiwa *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi*.

Selain etnografi komunikasi oleh Kuswarno, peneliti juga akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam kegiatan *shipping* dengan merujuk pada etnografi komunikasi menurut Littlejohn dan Foss mengenai *speech code*. *Speech code* adalah kode yang memiliki sejumlah pemahaman yang digunakan oleh pelaku dalam komunitas lokal untuk menciptakan makna bersama. Menurut Philipsen dalam Littlejohn dan Foss (2012: 462), kode itu bersifat khusus dan berbeda dari satu budaya dengan budaya lain.

Kode dalam pola komunikasi biasanya digunakan berhubungan dengan pelaku komunikasi dalam menjelaskan apa yang mereka lakukan ketika mereka berbicara dan bagaimana mereka menjelaskan, meluruskan, atau mengevaluasi komunikasi yang sedang digunakan. *Speech code* dapat dideteksi dengan melihat bagaimana anggota budaya mengubah perilaku dan kosakata mereka dengan pola yang berbeda dalam komunikasi.

## 2. Shipping

Dalam kebudayaan yang dibangunnya, *fujoshi* melakukan banyak kegiatan-kegiatan dalam ruang lingkup hobinya. Mulai dari membaca atau menonton karya bergenre *boys' love*, mengoleksi, atau turut berkarya cerita *boys' love* baik dalam bentuk komik ataupun tulisan.

Salah satu kegiatan yang peneliti amati adalah *shipping*, yaitu menjodohkan karakter fiktif. Kegiatan ini menjadi fokus dalam penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



karena aktivitas-aktivitas yang *fujoshi* lakukan dalam kegiatan ini secara umum mewakili keseluruhan hobi seorang *fujoshi* serta menjadi aktivitas yang dilakukan bersama-sama oleh seluruh anggota komunitas. Selama pengamatan peneliti, peneliti tidak pernah menemukan *fujoshi* yang belum pernah melakukan kegiatan *shipping*.

Menurut [urbandictionary.com](http://urbandictionary.com) (diakses 16 Juli 2016), *shipping* berarti memasangkan 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 memasangkan 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).

Dalam penelitian ini, aktivitas *shipping* yang diteliti dilakukan oleh komunitas *fujoshi*, dimana kegiatan tersebut dilakukan dengan memasangkan karakter-karakter pria dari karya fiksi komersil sebagai pasangan kekasih atau *gay*. Sebagai contoh, ada *fujoshi* yang menyukai *shipping* antara karakter Captain America dan Iron Man sebagai sepasang



kekasih. Penelitian ini akan membahas bagaimana proses *fujoshi* melakukan kegiatan *shipping* serta motivasi mereka untuk melakukan kegiatan tersebut.

### 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 karakterisasi 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 karakter laki-laki homoseksual dan romansa yang terjadi di antara keduanya.

Dua orang laki-laki yang menjadi tokoh utama dalam komik *BL* biasanya disebut sebagai *seme* dan *uke*. Karakter pria *seme* dalam komik biasanya digambarkan memiliki perawakan lebih tinggi dan maskulin dibanding *uke*. Sebaliknya, *uke* sifatnya cenderung feminin, bermata besar, bertubuh lebih kecil atau pendek dan berperan sebagai 'perempuan' dalam hubungan ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institur Bisnis dan Informatika 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.



Genre *BL* tidak hanya berpaku pada komik, novel, atau *anime* original, tetapi juga pada *doujinshi*. *Doujinshi* adalah komik pendek buatan penggemar yang karakternya diambil dari komik, *anime*, *game*, atau film komersil yang sudah ada (Nurizky, 2012: 6). *Doujinshi* bergenre *boys' love* atau *yaoi* memasangkan karakter pria dari komik, *anime*, *game* atau film tersebut dengan karakter pria lainnya (*shipping*), meskipun pada cerita aslinya kedua karakter ini sebenarnya sama sekali bukan *gay*.

Sebagai contoh, ada *doujinshi* yang disadur dari *anime* Naruto memasangkan karakter Naruto Uzumaki dengan Sasuke Uchiha meskipun keduanya bukan *gay*. Atau karakter pahlawan super Deadpool dan Spiderman yang dipasangkan dalam *doujinshi* berjudul Naughty Spidey karangan *fujoshi* dengan nama pena Shion Andromeda. Versi lain dari *doujinshi* adalah *fan art* (ilustrasi buatan penggemar) dan *fanfiction* (cerpen fiksi buatan penggemar).

Secara umum, baik *doujinshi*, ataupun *fanfiction* memiliki alur cerita yang sama dengan cerpen atau novel romantis lainnya yang memiliki pasangan pria dan wanita. Satu-satunya yang membedakan adalah, sementara cerpen atau novel romantis memiliki pasangan berbeda jenis kelamin, *doujinshi* atau *fanfiction* bergenre *boys' love* menceritakan romantisme antara pasangan yang jenis kelaminnya sama-sama pria.

Menurut Nurizky (2012: 6-7), *boys' love* memiliki beberapa subgenre lainnya yang terbagi berdasarkan subjek dalam ceritanya.

#### a. *Yaoi*

Genre utama ini paling lazim ditemukan dan memiliki subjek dua pria tampan dengan postur tubuh proporsional, dimana karakter yang

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.



berperan sebagai *seme* berpostur lebih tinggi daripada peran *uke*. Genre ini lazimnya juga menggambarkan atau menceritakan adegan seksual yang dilakukan oleh karakter-karakternya secara eksplisit maupun tidak eksplisit. Karena adanya adegan seksual dalam komiknya, karya fiksi dengan genre ini biasanya memiliki label *rating* R18 atau untuk usia 18 tahun keatas.

#### b. *Shonen-ai*

Subgenre ini hampir sama dengan *yaoi* tapi berfokus pada roman atau kisah percintaan tokoh-tokohnya tanpa penggambaran adegan seksual. Afeksi antar tokoh ditunjukkan sebatas rangkulan, pegangan tangan, pelukan, atau ciuman. Karena itu, *rating* untuk karya fiksi bergenre *shonen-ai* adalah R15 atau untuk usia 15 tahun keatas.

#### c. *Shota-con*

*Shota-con* merupakan singkatan dari *shotaro complex*, yaitu ketertarikan seksual pada anak laki-laki yang masih di bawah umur, biasanya usianya dibawah 12 tahun. Dalam subgenre ini, homoseksualitas terjadi pada 2 karakter anak-anak ataupun seorang pria dewasa dengan seorang anak laki-laki (pedofilia). Meskipun subjek dalam ceritanya anak-anak, tapi genre ini juga memasukkan adegan seksual untuk konsumsi usia 18 tahun keatas.

#### d. *Bara*

Berkebalikan dari *shota-con*, cerita dengan subgenre *bara* menggambarkan homoseksualitas antara dua laki-laki dewasa hingga paruh baya yang digambarkan dengan postur tubuh besar dan otot sangat kekar. Karakter-karakter dalam genre *bara* biasanya berbanding

### C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika 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.



terbalik dengan *yaoi* yang mana karakternya digambarkan tampan dengan postur tubuh yang langsing ataupun proporsional. Genre ini biasanya tidak memiliki plot cinta romantis sama sekali dan hanya fokus pada adegan seksualnya saja.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 *tudanshi*.

*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 *ship*nya. 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.

#### 4 Komunitas

Menurut Wenger (2002: 4), pengertian komunitas mengacu pada sekumpulan orang yang saling berbagi perhatian, masalah, atau kegemaran terhadap suatu topik dan memperdalam pengetahuan serta keahlian mereka dengan saling berinteraksi secara terus menerus. Komunitas merupakan bagian dari masyarakat yang saling berbagi informasi mengenai suatu subjek tertentu. Mereka mendiskusikan keadaan, aspirasi dan kebutuhan mereka.

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.



Keberadaan sebuah komunitas bergantung pada sukarela anggota komunitas dan juga kepemimpinan dalam komunitas tersebut. Terdapat beberapa komunitas yang tidak berkembang, hal ini disebabkan sesama anggota tidak terjalin komunikasi yang baik atau mereka tidak mencurahkan waktu dan usaha untuk perkembangan komunitas itu sendiri.

Komunitas dapat terbagi berdasarkan 3 komponen:

- a. Berdasarkan lokasi atau tempat. Wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat dimana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis.
- b. Berdasarkan minat. Sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama, misalnya agama, pekerjaan, suku, ras, maupun berdasarkan gender.
- c. Berdasarkan komuni. Komuni dapat berarti ide dasar yang dapat mendukung komunitas itu sendiri.

Masih menurut Wenger (2002: 24), komunitas merupakan kombinasi dari 3 unsur utama, yaitu:

- a. Ruang lingkup.

Ruang lingkup merupakan dasar yang mengidentifikasi sebuah komunitas. Selain itu ruang lingkup mengilhami anggota untuk berkontribusi dan berpartisipasi, memandu pengetahuan, dan memberikan alasan dalam bertindak. Dengan mengetahui batas ruang lingkup memungkinkan anggota untuk berbagi pengetahuan, bagaimana mengemukakan ide mereka, dan menentukan tindakan. Tanpa ruang lingkup maka sebuah komunitas hanya merupakan sekumpulan orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika 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.



b. Anggota.

Jika sebuah komunitas memiliki anggota yang kuat maka dapat membantu meningkatkan interaksi dan hubungan yang didasari oleh saling menghormati dan kepercayaan. Anggota merupakan sekumpulan orang yang berinteraksi untuk belajar, membangun sebuah hubungan, kebersamaan dan tanggung jawab. Setiap individu mempunyai karakter yang berbeda, sehingga menciptakan keanekaragaman dalam suatu komunitas. Keberhasilan sebuah komunitas bergantung pada kekuatan anggota tersebut.

c. Praktis.

Merupakan sekumpulan kerangka, ide, alat, informasi, gaya, bahasa, sejarah, dan dokumen yang dibagi oleh sesama anggota komunitas. Jika ruang lingkup merupakan topik yang menjadi fokus sebuah komunitas, maka praktis merupakan pengetahuan spesifik yang dikembangkan, disebarikan dan dipertahankan. Keberhasilan praktis bergantung dari keseimbangan antara gabungan aktivitas dan hasil dari aktivitas tersebut seperti dokumen atau alat.

## 5 Komunitas *Fujoshi*

Berdasarkan penjabaran di atas mengenai pengertian dari komunitas dan *fujoshi*, dapat disimpulkan bahwa komunitas *fujoshi* adalah perkumpulan dari wanita penggemar komik, novel, film ataupun *game* bergenre *boys' love*. Perkumpulan *fujoshi* ini dikategorikan sebagai komunitas karena sifatnya yang memenuhi komponen-komponen serta unsur-unsur utama komunitas.

Komunitas *fujoshi* memiliki komponen geografis, yaitu komunitas yang terletak di Indonesia dan memiliki anggota dari berbagai pelosok Indonesia.

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

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.



Komunitas ini terbentuk karena minat yang sama, yaitu minat *fujoshi* Indonesia pada karya-karya fiksi yang menggambarkan kisah romantis antara karakter pria atau yang disebut sebagai *boys love*. Hal ini jugalah yang menjadi ide dasar dari komunitas tersebut.

Komunitas *fujoshi* juga memenuhi ketiga unsur utama komunitas, yaitu ruang lingkup, anggota, dan praktis. Ruang lingkup komunitas ini bergerak pada fiksi romantis genre *boys love* saja dan tidak bersangkut-paut dengan komunitas LGBT di masyarakat. Anggotanya sendiri adalah penggemar berjenis kelamin perempuan dan menggemari tema *boys love* pada karya fiksi kontemporer. Sementara sisi praktis dapat terlihat pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan *fujoshi* dalam komunitas, misalnya *fangirling* dan *shipping*.

## B. Penelitian Terdahulu

### 1. Analisis Konstruksi Berpikir Seksual Pada Pembaca Perempuan Online Yaoi Fanfiction (oleh Dwiny Saputri, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2013)

*Online Yaoi Fanfiction* merupakan suatu cerita *online* yang berisi kisah percintaan para lelaki yang memiliki hubungan homoseksual “*gay*” dengan situasi romantis dan materi dewasa yang dibuat oleh sekelompok penggemar dengan memasukkan dan memasang idola-idola mereka baik yang nyata maupun fiksi sebagai tokoh di dalamnya.

Selain sebagai hiburan semata, *online yaoi fanfiction* pun mampu membuat pembacanya yang mayoritas perempuan ini untuk mengharapkan agar isi cerita benar-benar terjadi dalam realitasnya, dengan kata lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



mengharapkan idola-idola mereka memiliki hubungan homoseksual secara nyata bahkan mampu “menyadarkan” pembaca akan orientasi seksualnya.

Maka dalam penelitian ini bermaksud untuk mengetahui konstruk berpikir seksual yang ada pada diri pembaca perempuan *online yaoi fanfiction* yang pada akhirnya mampu membentuk hal-hal yang telah disebutkan sebelumnya. Penelitian ini dilakukan terhadap 2 orang pembaca perempuan yang menggemari *online yaoi fanfiction* aktif hingga saat ini selama lebih dari 1 tahun, memiliki usia kronologis 20 tahun keatas, serta memiliki orientasi seksual heteroseksual dengan teknik *deep interview* dan *observasi*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembaca perempuan *online yaoi fanfiction* yang tadinya memiliki pandangan awal yakni seksualitas merupakan suatu hal yang erat kaitannya dengan kehadiran individu-individu berlainan jenis kelamin (lelaki dan perempuan) yang menjalankan emosi dan praktik seksual, berubah menjadi berpandangan bahwa seksualitas merupakan suatu hal yang erat kaitannya dengan kehadiran individu dengan kesamaan jenis kelamin (berlainan gender/homo) dan berlainan jenis kelamin (lelaki dan perempuan) yang menjalankan emosi dan praktik seksual.

## 2. Komunitas *Fujoshi* di Kalangan Perempuan Indonesia (oleh Putri Andam Dewi, Universitas Indonesia, 2012)

Artikel ini membahas komunitas penggemar *manga Boys Love (BL)* di kalangan remaja putri Indonesia. *Manga BL* merupakan manga yang menceritakan kisah romantis antara sesama laki-laki. *Manga BL* merupakan sub genre *shojo* manga, yaitu manga untuk pembaca remaja putri dan perempuan di Jepang.

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.



Alasan *manga BL* termasuk ke dalam genre untuk pembaca perempuan karena *manga-ka* (komikus)nya perempuan dan untuk pembaca perempuan. Baik di Jepang maupun di luar Jepang, perkembangan *manga BL* banyak mendapatkan perhatian dari berbagai peneliti dan pemerhati studi Kejepangan. Para peneliti dan akademisi dengan menggunakan sudut pandang *cultural studies* meneliti fenomena *manga BL* dan komunitas *fujoshi* yang terbentuk dari penggemar *manga BL*.

Artikel ini akan membahas terbentuknya komunitas *fandom manga boys love* dengan mengaitkan konstruksi identitas gender dengan menggunakan sudut pandang *cultural studies* dan menggunakan konsep *gender performativity* Judith Butler. Dengan menggunakan konsep *gender performativity* Judith Butler kita dapat melihat mengapa dan bagaimana para remaja putri Indonesia mengkonstruksi identitas gender mereka melalui *fandom manga boys love*.

### 3. Peran *Fandom* dalam Transformasi Identitas Gender *Fujoshi* (oleh Ismi Pradnya Safeya, Universitas Indonesia, 2013)

Dalam masyarakat Indonesia yang begitu menabukan homoseksualitas secara hukum maupun agama, justru keberadaan para *fujoshi*, yaitu para perempuan yang menyukai karya fiksi bergenre homoseksualitas (*Boys Love*), justru semakin banyak. Internet menjadi media tempat mereka berinteraksi dan menikmati produk-produk bergenre *Boys Love*, di mana komunitas mereka berkembang dalam ruang yang disebut sebagai *fandom*.

Skripsi ini membahas mengenai peran *cyber community fandom* dalam transformasi identitas gender para *fujoshi* dalam kajian studi gender

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.



dan sosiologi budaya dengan menggunakan tahap-tahap yang ada dalam *Soft Systems Methodology*. Kegiatan para *fujoshi* di dalam *fandom* telah mengubah nilai-nilai identitas gender yang dimiliki mereka, mengindikasikan adanya sebuah proses pembelajaran, sosialisasi dan internalisasi di dalam *fandom* yang kemudian mentransformasi identitas gender para *fujoshi*.

Dengan menggunakan teori *female-gendered* dan *virtual lesbian space*, penelitian ini memperlihatkan secara teoritis bagaimana *fandom* berperan dalam transformasi identitas gender para *fujoshi*, berkembangnya *sense of community* yang mereka miliki, serta *fandom* itu sendiri sebagai sebuah bentuk *feminine writing*.

#### 4. **Gambaran *Fujoshi* pada Tokoh Ogiue Chika dalam *Manga Genshiken* Karya Kio Shimoku (oleh Mas Achmada Syarifah Ayu Al-Arini, Universitas Brawijaya, 2015)**

Sistem patriarki di Jepang mempunyai salah satu dampak terhadap gerakan penolakan wanita Jepang terhadap stigma yang ada. Di mulai dari tahun 1970-an dimana mulai muncul karya sastra yang bertemakan kisah percintaan diantara dua pria yang disebut genre *Boy's Love* atau *yaoi*. Genre ini membebaskan penulis dan pembacanya, yakni para wanita yang disebut *fujoshi*, dan sebagai bentuk penolakan mereka terhadap paradigma patriarki, dualisme gender dan normatif heteroseksual yang ada.

Dalam penelitian kali ini, penulis memfokuskan menganalisa gambaran *fujoshi* dilihat dari sosiologi sastra, yakni melalui cerminan masyarakat. Sehingga penulis hanya mengidentifikasi *fujoshi* sesuai dengan yang tercermin di masyarakat Jepang. Selain sosiologi sastra, penulis juga menggunakan teori komik sebagai pendekatan untuk membantu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki IBI KKG (Asosiasi Buisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menganalisis karya sastra yang diteliti. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa para perempuan yang menyukai genre *Boy's Love* atau *yaoi* ini ada dan tersebar di Jepang.

Para perempuan yang diidentifikasi sebagai *fujoshi* ini mampu dipresentasikan oleh tokoh Ogiue Chika dalam manga *Genshiken* melalui gambaran *fujoshi* miliknya, antara lain: menyembunyikan identitas sebagai *fujoshi*, suka berfantasi tentang hubungan romantis diantara pria, berbelanja *doujinshi yaoi*, dan *fujoshi* yang menjadi *mangaka* profesional. *Genshiken* bisa dianalisa menggunakan pendekatan alih wahana, seperti perbedaan *fujoshi* yang diwakili oleh Ogiue Chika dalam versi *manga* dan versi *anime*. Selain itu manga *Genshiken* juga bisa dianalisa dari sudut pandang karakter *otaku* menarik lainnya seperti Madarame dan Sasahara.

##### **5. Gambaran *Fujoshi* melalui tokoh Asai Rumi dalam Komik *Fujoshi Rumi* karya Natsumi Konjou (oleh Dian Fitriawati Hapsari, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, 2013)**

Skripsi ini membahas tentang *fujoshi* yang merupakan sebutan untuk perempuan-perempuan yang menggemari hubungan romantis sesama laki-laki (homoseksual) pada budaya visual Jepang seperti, *anime*, *manga* (komik), *game*, dan lain-lain. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan gambaran kepada pembaca tentang *fujoshi*, yaitu seperti apa dan bagaimana sosialisasi mereka dalam masyarakat. Penelitian ini menggunakan sumber data berupa komik Jepang berjudul *Mousou Shoujo Otaku Kei* atau *Fujoshi Rumi* karya Natsumi Konjou.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa penampilan *fujoshi* tidak menarik dan membosankan atau culun. Cenderung tidak peduli dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Instititit Bisnis dan Informatika 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

*fashion*, seperti *otaku*, tetapi sebaliknya ada juga yang berpenampilan modis seperti orang-orang lainnya. Mereka juga menyukai *doujinshi* baik untuk dibaca maupun membuat karyanya sendiri, biasanya karakter di dalamnya berasal dari pasangan tokoh yang mereka sukai atau pasangan dari imajinasi mereka sendiri. Favorit mereka adalah pasangan *bishounen*. Mereka cenderung lebih mengerti hubungan sesama laki-laki sehingga seringkali menganggap dirinya sebagai laki-laki juga dalam hubungannya sendiri.

### 6 Analisis Penyebab Munculnya Minat *Fujoshi* pada Genre *Yaoi* (oleh Nice, Universitas Bina Nusantara, 2013)

Dewasa ini populasi *otaku* telah menyebar ke seluruh dunia seiring dengan berkembangnya industri *anime* dan *manga* Jepang. Tidak hanya kaum pria, kaum wanita pun menjadi penggemar dari industri ini. Di antara golongan *otaku* wanita ini terdapat kelompok wanita yang dikenal sebagai *fujoshi*. *Fujoshi* ini merupakan *otaku* wanita yang menyukai *anime* dan *manga* bergenre *yaoi* atau *boy's love*. Genre yang merupakan cabang dari *shoujo* manga ini mengangkat cerita percintaan antara dua pria.

Untuk mengetahui alasan para *fujoshi* menyukai genre *yaoi*, penulis membagikan 20 pertanyaan kepada 20 *fujoshi* yang berusia 17-35 tahun secara *online*. Hasil yang diperoleh kemudian akan dihubungkan dengan teori feminisme oleh Tong (2009) dan didukung oleh teori fans yang dikemukakan oleh Sandvoss (2004). Dari hasil analisis tersebut, penulis menyimpulkan bahwa para *fujoshi*, sebagai seorang penggemar genre *yaoi*, menggunakan *yaoi* untuk mengejar hubungan yang egaliter dengan pria.



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.



Selain itu, mereka juga menggunakan *yaoi* sebagai sarana eksplorasi imajinasi dan seksualitas dengan merefleksikan diri mereka pada salah satu tokoh utama dalam genre *yaoi*. Kemudian dengan ketiadaan eksistensi wanita dalam genre *yaoi*, para *fujoshi* menjadi pengamat yang berada di atas pria. Dengan demikian, mereka merasa memiliki kontrol atas pria.

## 7. Gambaran *Fujoshi* (腐女子) di Jepang pada Tokoh Yoriko dalam Film *Fujoshi Kanojo* Karya Sutradara Atsushi Kaneshige (oleh Dita Maya Gita, Universitas Brawijaya, 2015)

Film *Fujoshi Kanojo* merupakan adaptasi dari light novel berjudul sama karya Pentabu. Film ini disutradarai oleh Atsushi Kanashige. *Fujoshi* (腐女子) merupakan satu fenomena kebudayaan populer di Jepang. *Fujoshi* (腐女子) adalah perempuan penggemar kisah bergenre *yaoi* atau *boy's love* (kisah percintaan laki-laki dengan laki-laki). Film *Fujoshi Kanojo* menceritakan kehidupan seorang wanita sebagai *fujoshi*.

Skripsi ini membahas tentang fenomena *Fujoshi* yang ada di Jepang, maka dari itu penulis menggunakan teori sosiologi sastra karena sosiologi sastra merupakan teori yang membahas tentang masalah sosial yang terjadi di masyarakat yang terdapat pada karya sastra. Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan pendekatan sastra sebagai cerminan masyarakat. Dalam hal ini, penulis ingin meneliti gambaran *fujoshi* pada tokoh Yoriko yang terdapat di dalam film *Fujoshi Kanojo*. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah film. Oleh karena itu, penulis menggunakan teori *Mise-en-scene* untuk menganalisis adegan dalam film *Fujoshi Kanojo* yang menggambarkan kehidupan *fujoshi*.

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.



Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa gambaran *fujoshi* dalam film *Fujoshi Kanojo*. Gambaran tersebut di antaranya penampilan *fujoshi* sama seperti wanita pada umumnya, *fujoshi* menjadikan *yaoi* sebagai alat eksplorasi imajinasi dan laki-laki yang menjadi objeknya. *Fujoshi* yang digambarkan pada tokoh Yoriko dalam film ini menghabiskan sebagian besar waktu dan penghasilan untuk hal-hal yang berhubungan dengan *yaoi*.

### **8 Persepsi Perempuan Penggemar Kisah Fiksi Romantis Antar Lelaki (*Fujoshi*) Terhadap Percintaan Antar Lelaki (*Boy's Love*) (Studi Pada Budaya Populer Jepang) (oleh Ratih Puspitasari, Universitas Brawijaya, 2013)**

Di Indonesia *gay* dianggap sebagai sesuatu yang tabu dan tidak sesuai pada norma yang ada dalam masyarakat. Namun, walaupun dianggap tabu ternyata penggemar kisah romantis antar laki-laki dapat ditemui di Indonesia. Melihat pertentangan tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi *fujoshi* terhadap *boy's love*. *Fujoshi* sendiri adalah sebutan untuk perempuan penggemar kisah romantis antar laki-laki, sedangkan *boy's love* adalah sebutan untuk genre penerbitan media fiksi yang berfokus pada hubungan antar pria yang bersifat homoerotis maupun homoromantis.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dimana subyeknya berjumlah 2 orang *fujoshi*, member dari Johnny's Family of Malang (JFM) dan berada pada masa dewasa awal, 21 dan 25 tahun. Metode pengumpulan data pada penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ini adalah observasi non-partisipan, wawancara sumber data primer, wawancara sumber data sekunder dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesamaan pada persepsi dan faktor yang mempengaruhi persepsi kedua subjek, kedua subjek mempersepsikan bahwa *boy's love* memiliki cerita yang romantis, menarik dan bisa membuat mereka berdebar-debar ataupun *excited* dibandingkan cerita percintaan antar laki-laki dan perempuan pada umumnya.

Menurut kedua subjek persamaan jenis kelamin antara lelakilah yang membuatnya menjadi menarik, namun walaupun kedua subjek menyukai genre *boy's love*, keduanya tidak benar-benar menyetujui hubungan sesama jenis (*gay*). Mereka memiliki perasaan pro dan kontra serta masih memperhatikan nilai agama. Kemudian faktor yang paling mempengaruhi persepsi kedua subjek adalah faktor dalam diri pengarti yaitu minat.

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

Penelitian ini membahas pengalaman kenikmatan bermedia dengan konten fiksi *boy(s)'s love romance* asal Jepang atau yang lebih dikenal dengan *yaoi* oleh remaja putri. Dengan menggunakan kerangka pemikiran dalam perkembangan teori *entertainment*, penelitian ini mengkaji pengalaman kenikmatan yang diperoleh remaja putri penggemar *yaoi* dalam mengonsumsi fiksi *yaoi* secara individual. Penelitian ini adalah studi kualitatif dengan paradigma konstruktivis dengan *indepth interview* sebagai metode pengambilan data.





Hasil penelitian menunjukkan bahwa fiksi yaoi memberikan pengalaman kenikmatan berupa *engagement feeling* seperti perasaan terhanyut ke dalam cerita serta *pleasant joy* yang membuat individu *fujoshi* mengalami perasaan emosional seperti bahagia, sedih, dan marah. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa pemilihan media *yaoi* yang mereka konsumsi didasari atas pertimbangan unsur-unsur di dalam media *yaoi* (seperti *artwork*, tema cerita, dan gaya bahasa), maupun di luar individu (seperti teknologi, pergaulan dan lingkungan sekitar).

Secara akademis, penelitian ini memberikan pandangan baru terhadap pengaplikasian kerangka pemikiran teori *entertainment* dan konsep media *enjoyment* dalam media yang diakses melalui *online* serta jenis konten bermuatan pornografi yang menentang norma asusila di masyarakat Indonesia pada umumnya.

#### **10. Analisis Perubahan Perilaku Perempuan Penggemar Genre *Boys' Love* Melalui Forum Virtual di dalam *Cyberspace* (oleh Fatia Nurizky, Universitas Indonesia, 2012)**

*Boy's Love* adalah genre yang unik yang berasal dari Jepang, dipopulerkan melalui *manga* sebagai salah satu bagian dari kebudayaan populer Jepang. Genre ini berfokus kepada romansa yang terjadi di antara dua orang laki-laki. Genre ini dipopulerkan melalui forum virtual yaitu ruang komunikasi massa bersifat maya yang terdapat di dalam *cyberspace*. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi massa dan konsep-konsep yang muncul di dalamnya, yaitu kejujuran dalam *cyberspace* dan perubahan perilaku kognitif, afektif, dan konatif. Melalui komentar-komentar yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika 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.





**Tabel 2.1 (lanjutan)**  
**Tabel Poin Perbedaan Penelitian Ini Dengan Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian dan Peneliti	Metode dan Teori	Hasil Penelitian	Poin Perbedaan
3	<b>Peran <i>Fandom</i> dalam Transformasi Identitas Gender <i>Fujoshi</i> (oleh Ismi Pradnya Safeya, Universitas Indonesia, 2013)</b>	Teori: <i>female-gendered</i> dan <i>virtual lesbian space</i>	Kegiatan para <i>fujoshi</i> di dalam <i>fandom</i> mengubah nilai-nilai identitas gender mereka, mengindikasikan adanya proses pembelajaran, sosialisasi, dan internalisasi di dalam <i>fandom</i> yang lalu mentransformasi identitas gender para <i>fujoshi</i> .	Teori: etnografi komunikasi oleh Hymes
	Metode: kualitatif			
4	<b>Gambaran <i>Fujoshi</i> pada Tokoh Ogiue Chika dalam <i>Manga</i> Genshiken karya Kio Shimoku (oleh Mas Achmada Syarifah Ayu Al-Arini, Universitas Brawijaya, 2015)</b>	Teori: teori sosiologi sastra dan teori komik	Perempuan yang menyukai genre <i>Boy's Love</i> atau <i>yaoi</i> ini ada dan tersebar di Jepang, yang mana perilakunya dipresentasikan oleh tokoh Ogiue Chika dalam <i>manga</i> Genshiken.	Teori: etnografi komunikasi oleh Hymes
	Metode: kualitatif			
5	<b>Gambaran <i>Fujoshi</i> melalui tokoh Asai Rumi dalam Komik <i>Fujoshi Rumi</i> karya Natsumi Konjou (oleh Dian Fitriawati Hapsari, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, 2013)</b>	Bidang penelitian: studi budaya dan sastra Jepang	Penggambaran penampilan <i>fujoshi</i> tidak menarik atau culun, tetapi sebaliknya ada juga yang berpenampilan modis seperti orang-orang lainnya. Mereka menyukai <i>doujinshi</i> yang karakternya berasal dari pasangan tokoh pria dari imajinasi sendiri.	Bidang penelitian: ilmu komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 2.1 (lanjutan)**  
**Tabel Poin Perbedaan Penelitian Ini Dengan Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian dan Peneliti	Metode dan Teori	Hasil Penelitian	Poin Perbedaan
<p><b>6</b></p> <p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p><b>Analisis Penyebab Munculnya Minat <i>Fujoshi</i> pada Genre <i>Yaoi</i> (oleh Nice, Universitas Bina Nusantara, 2013)</b></p>	<p>Teori: teori feminisme Tong dan teori fans Sandvoss</p> <p>Metode: kualitatif</p>	<p><i>Fujoshi</i> menggunakan <i>yaoi</i> untuk mengejar hubungan yang egaliter dengan pria dan sarana eksplorasi imajinasi dan seksualitas dengan merefleksikan diri mereka pada salah satu tokoh utama dalam genre <i>yaoi</i>.</p>	<p>Teori: etnografi komunikasi oleh Hymes</p>
<p><b>7</b></p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p><b>Gambaran <i>Fujoshi</i> (腐女子) di Jepang pada Tokoh Yoriko dalam Film <i>Fujoshi Kanojo</i> Karya Sutradara Atsushi Kaneshige (oleh Dita Maya Gita, Universitas Brawijaya, 2015)</b></p>	<p>Teori: teori sosiologi sastra dan <i>mise-en-scene</i></p> <p>Metode: kualitatif</p>	<p>Terdapat beberapa gambaran <i>fujoshi</i> dalam film melalui karakter Yoriko, berupa penampilan <i>fujoshi</i>, bagaimana mereka menjadikan <i>yaoi</i> sebagai alat eksplorasi imajinasi dan laki-laki yang menjadi objeknya, serta waktu dan penghasilan karakter dihabiskan untuk hal-hal yang berhubungan dengan <i>yaoi</i>.</p>	<p>Teori: etnografi komunikasi oleh Hymes</p>

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 2.1 (lanjutan)**  
**Tabel Poin Perbedaan Penelitian Ini Dengan Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian dan Peneliti	Metode dan Teori	Hasil Penelitian	Poin Perbedaan
<p>8</p> <p>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>	<p><b>Persepsi Perempuan Penggemar Kisah Fiksi Romantis Antar Lelaki (<i>Fujoshi</i>) Terhadap Percintaan Antar Lelaki (<i>Boy's Love</i>) (Studi Pada Budaya Populer Jepang) (oleh Ratih Puspitasari, Universitas Brawijaya, 2013)</b></p>	<p>Bidang penelitian: studi budaya dan sastra Jepang</p> <hr/> <p>Metode: kualitatif</p>	<p>Kedua subjek mempersepsikan <i>boy's love</i> memiliki cerita romantis, menarik dan bisa membuat berdebar-debar ataupun <i>excited</i> dibanding cerita percintaan antar laki-laki dan perempuan pada umumnya. Persamaan jenis kelamin yang membuatnya menjadi menarik. Namun keduanya tidak benar-benar menyetujui hubungan sesama jenis. Mereka merasa pro dan kontra serta memperhatikan nilai agama.</p>	<p>Bidang penelitian: ilmu komunikasi</p>
<p>9</p> <p>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</p>	<p><b>Fujoshi Remaja dan Kenikmatan Bermedia Yaoi (Studi Kasus Pada Remaja Putri Penggemar Fiksi Romantis Homoerotis Jepang) (oleh Septia Winduwati, Universitas Tarumanegara, 2015)</b></p>	<p>Teori: teori <i>entertainment</i>.</p> <hr/> <p>Metode: kualitatif</p>	<p>Fiksi <i>yaoi</i> memberi pengalaman kenikmatan berupa <i>engagement feeling</i> seperti perasaan terhanyut ke dalam cerita serta <i>pleasant joy</i> yang membuat <i>fujoshi</i> mengalami perasaan emosional seperti bahagia, sedih, dan marah. Pemilihan media yang dikonsumsi didasari atas <i>artwork</i>, tema cerita dan gaya bahasa, maupun teknologi, pergaulan dan lingkungan sekitar.</p>	<p>Teori: etnografi komunikasi oleh Hymes</p>

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

Tabel 2.1 (lanjutan)  
Tabel Poin Perbedaan Penelitian Ini Dengan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian dan Peneliti	Metode dan Teori	Hasil Penelitian	Poin Perbedaan
10	<b>Analisis Perubahan Perilaku Perempuan Penggemar Genre <i>Boys' Love</i> Melalui Forum Virtual di dalam <i>Cyberspace</i> (oleh Fatia Nurizky, Universitas Indonesia, 2012)</b>	Teori: teori komunikasi massa  Metode: kualitatif	Melalui komentar-komentar yang dikirimkan pengguna forum di dalam forum tersebut, diharapkan kejujuran dan perubahan perilaku dapat dilihat dan diteliti secara mendalam.	Teori: etnografi komunikasi oleh Hymes

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.4  
Kerangka Pemikiran



Instititut Bisnis dan Informatika 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.



Kerangka pemikiran dari penelitian ini dibuat berdasarkan rumusan dan identifikasi masalah yang akan dijawab oleh peneliti dengan dikaitkan pada etnografi komunikasi oleh Dell Hymes.

Dalam etnografi komunikasi komunitas *fujoshi* di Indonesia, *fujoshi* melakukan kegiatan *shipping* sebagai sebuah peristiwa komunikasi atau aktivitas komunikasi yang akan diteliti. Kegiatan *shipping* dipengaruhi oleh 3 hal, yang pertama adalah istilah linguistik yang digunakan dalam kegiatan *shipping* di komunitas *fujoshi*. Kedua, adalah komponen komunikasi kegiatan *shipping* yang merujuk pada 10 komponen peristiwa komunikasi oleh Kuswarno. Ketiga, kegiatan *shipping* juga dipengaruhi oleh kompetensi atau kemampuan *fujoshi* dalam melakukan kegiatan *shipping* di komunitas *fujoshi*.

Kegiatan *shipping* yang dipengaruhi oleh 3 hal tersebut dan dilakukan oleh *fujoshi* diwujudkan dalam 4 tindak komunikasi. 4 tindak komunikasi ini yaitu mengoleksi pernak-pernik *shipping*, diskusi *ship*, membuat karya berdasarkan *ship*, serta mengadakan *fujo-gath* atau acara untuk *ship*.