

Gejolak *Fujoshi* Dalam Media Sosial (Peran Media Twitter Dalam Pembentukan Identitas Kelompok *Fujoshi*)

Rossa Fitriana¹, Diaz Restu Darmawan², Efriani³, Deny Wahyu Apriadi⁴

^{1,2,3}Universitas Tanjungpura, Jl. Prof. Dr. Hadari Nawawi, Pontianak, Indonesia

⁴Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang, Malang, Indonesia

Email: rossafitriana@student.untan.ac.id, deny.apriyadi.fis@um.ac.id

Abstract

This study discusses the phenomenon of fujoshi, a popular culture from Japan. Fujoshi is a woman's passion for manga or comics genre boys love, where the manga tells the story of the love relationship between men. This research was conducted using a qualitative research method with a virtual ethnography method approach, where the researcher traced twitter accounts that were actively uploading about the manga boys love. This study tries to describe how the identity of fujoshi is formed which shows the manga boys love fondness on social media, especially in twitter. The result of this study is that fujoshi still be considered as an abnormality and also considered to violate the norms of the society. However, social media is able to provide space for free expression to show the identity of their preferences without getting any social sanctions. Social media also builds the fujoshi identity which was initially considered a deviation, has now been accepted and spawned more works and formed a community that has the same passion for manga boys love that is bigger than before.

Keywords: *Fujoshi; Identity; Popular Culture; Social Media; Twitter*

1. Pendahuluan

Di era globalisasi ini, masyarakat Indonesia akan dengan mudah dan cepat menerima informasi melalui media massa dan media sosial. Tidak hanya informasi yang dapat tersebar luas dan cepat melalui teknologi saat ini, melainkan budaya juga dapat dengan mudah disebarkan ke seluruh dunia. Jadi orang dengan bebas menjelajahi budaya negara lain tanpa berkunjung ke negara tersebut. Teknologi komunikasi dan informasi menjadi media yang berpengaruh dalam penyebaran suatu budaya secara tidak langsung.

Hal tersebut dapat memunculkan budaya-budaya luar yang disenangi oleh banyak orang atau yang disebut dengan budaya populer. Budaya populer merupakan budaya yang dibentuk, diterima, dan diadopsi secara tidak sadar oleh masyarakat. Budaya populer atau budaya pop sering diartikan sebagai budaya yang ringan, menyenangkan, banyak disukai masyarakat, dan cepat berganti-ganti. Menurut Setiadi (2015), budaya populer merupakan budaya yang memiliki banyak peminat dan mampu melintasi budaya

tradisional yang ada dalam diri suatu masyarakat.

Jepang menjadi salah satu negara yang dapat menyebarkan budaya tradisional maupun modern, dan menjadi budaya populer yang banyak diminati masyarakat hampir di seluruh dunia, tak terkecuali Indonesia. Salah satu budaya populer Jepang yang banyak diminati oleh masyarakat adalah *manga*. *Manga* adalah istilah dalam bahasa Jepang yang merujuk pada hasil karya berupa komik (Gusri et al., 2020). Biasanya *manga* dicetak dalam warna hitam putih dan ada juga yang berwarna, dan diterbitkan pada majalah *manga* populer secara berseri. Jika *manga* tersebut populer dan banyak diminati oleh pembaca, maka cerita itu akan diangkat menjadi *anime*. *Anime* merupakan istilah yang digunakan oleh orang Jepang untuk menyatakan semua jenis animasi. *Anime* digambar dengan menggunakan tangan maupun dengan bantuan teknologi.

Manga telah berkembang menjadi sebuah industri yang sangat populer dan sudah tersebar ke banyak negara di dunia. Perkembangan teknologi internetlah yang menjadi salah satu faktor yang

mempengaruhi perkembangan *manga*. Dahulu, *manga* hanya dapat dinikmati dalam bentuk cetak, namun kini *manga* juga telah dapat dinikmati dalam bentuk digital sehingga siapapun dapat mengakses dan menikmatinya dengan mudah, bermodalkan *smartphone* dan kuota internet, siapapun dapat mengakses dan membaca *manga*. Dari perkembangan itulah, *manga* hadir dalam beragam genre yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan (Gusri et al., 2020). Dari beragam genre *manga* yang dikonsumsi masyarakat muda, terdapat jenis genre yang terfokus pada kisah percintaan sesama jenis, yaitu *boys love*.

Manga boys love memiliki dua genre yang berbeda, yakni *yaoi* dan *shonen-ai*. *Yaoi* merupakan genre komik Jepang yang menceritakan kisah hubungan cinta romantis hingga erotis antara sesama pria, genre ini biasanya lebih menekankan pada hubungan homoerotis antar pasangan laki-laki, yang berisi adegan seksual yang ditampilkan secara eksplisit dan detail. Sedangkan *shonen-ai* adalah genre yang menceritakan kisah cinta romantis pasangan laki-laki, dan tidak terlalu menonjolkan adegan seksual eksplisit, hanya menceritakan kisah romansa pasangan laki-laki. Keduanya sama-sama menceritakan kisah cinta hubungan sesama laki-laki, namun memiliki nuansa yang berbeda dari segi alur ceritanya. Bahasan kali ini akan berfokus pada *manga yaoi* yang menjadi genre yang banyak digemari pembaca *fujoshi*.

Mizoguchi (2008), mengatakan bahwa *yaoi* adalah cerita fiksi yang menggunakan latar hubungan romansa antara tokoh laki-laki sebagai proyeksi dari fantasi seksual para penulis dan pembaca perempuan. Tidak ada tujuan untuk mengeksploitasi karakter *yaoi* dengan laki-laki homoseksual di dunia nyata. Representasi laki-laki di dalam cerita *yaoi* adalah sarana wanita untuk memenuhi fantasi seksual homoerotis. Dengan kata lain, *yaoi* memberikan sarana pelarian bagi wanita

yang hidup dalam masyarakat dengan norma yang berlaku umum, dimana tubuh wanita dieksploitasi untuk memenuhi hasrat laki-laki (Ayudyasari, 2016).

Cerita dalam *manga yaoi* tidak berbeda dengan cerita romansa antara pria dan wanita pada umumnya, memiliki tema serta alur yang beragam. Namun yang membedakannya adalah tokoh karakter dalam ceritanya, pada *manga yaoi* hampir seluruh karakter ceritanya adalah laki-laki dengan kisah percintaan sesama laki-laki yang menjadi tema utama cerita tersebut. Selain dari segi cerita yang memiliki tema yang jelas, konflik didalamnya pun sangat kompleks serta dapat membuat pembaca menjadi terbawa perasaan karena perasaan emosional yang terjalin antar karakter sangat kuat. Dari segi penggambaran pada *manga yaoi*, *mangaka* (komikus) tidak segan untuk menggambarkan kegiatan seksual sesama laki-laki dengan sangat eksplisit.

Pada *manga yaoi* yang menceritakan kisah dua pria yang menjalin hubungan cinta bak sepasang kekasih, sebagaimana halnya pasangan homoseksual peran kedua tokoh karakter tersebutpun dibedakan sebagaimana adanya pada hubungan homoseksual di dunia nyata. Peran ini disebut dengan istilah *seme* dan *uke*. *Seme* adalah karakter yang bertindak sebagai pria, sedangkan *uke* adalah karakter yang bertindak sebagai wanita didalam hubungan homoseksual di *manga yaoi*.

Alasan kenapa fenomena kecintaan wanita terhadap bacaan bergenre *boys love* ini mudah berkembang di Indonesia adalah karena metode penyebarannya yang begitu mudah. Beberapa penggemar *manga boys love* ini mengaku menyukai bacaan bergenre *boys love* adalah dari ketidaksengajaan saat menemukan sebuah ilustrasi yang bernuansa *boys love*. Serta ada juga yang terpengaruh dari temannya yang merupakan seorang penggemar *manga boys love* (Ani, 2018).

Banyak cara yang ditempuh para penggemar untuk dapat menikmati *manga*

yaoi ini. Bukan hanya dalam bentuk buku, namun juga dapat dibaca dengan mengakses sebuah aplikasi khusus dan website online tertentu. Maraknya peredaran *manga* secara online membawa perkembangan baru bagi penyebaran *manga*. Kini telah banyak beredar situs *manga online* yang mudah diakses, yaitu berupa *manga scan*. *Manga scan* diproduksi melalui proses yang disebut *scanlation* (*scanning, translating, dan editing*) yaitu proses memindai halaman per-halaman dari buku *manga* yang sudah diterbitkan, yang kemudian akan diterjemahkan kedalam bahasa yang diinginkan.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan hasil penelitian berupa tulisan kata-kata atau kalimat (Afrizal, 2017). Dalam mengkaji fenomena ini, peneliti menggunakan pendekatan etnografi virtual atau netnografi. Netnografi merupakan penelitian terbaru yang mengeksplorasi atau mengkaji bentuk komunikasi dan perilaku pengguna internet (Ida, 2018). Menurut Christine Hine (Hine, 2000) etnografi virtual adalah etnografi yang dilakukan di dunia maya dengan tujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikasinya dan implikasi dari para pengguna internet. Metode yang cocok untuk mengkaji fenomena sosial yang terjadi di dunia internet yang sangat luas.

Penelitian etnografi virtual dapat digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola perilaku, pola-pola kehidupan dan relasi sosial secara virtual di dunia maya. Etnografi virtual juga merupakan metode yang digunakan untuk memahami peristiwa yang ada di komunitas virtual dunia maya. Melalui observasi secara virtual, peneliti berusaha untuk menggali dan memahami aktivitas *fujoshi* secara lebih mendalam melalui interaksi yang ditunjukkannya di media twitter. Sehingga mendapat realita

bagaimana terbentuknya identitas yang terjadi antar *fujoshi* dan pengguna twitter yang lain.

Dengan pendekatan etnografi virtual, peneliti mendapatkan dua jenis sumber data, yakni data primer dan data sekunder (Zed, 2014). Data primer didapatkan dari hasil pemantauan langsung ke akun-akun twitter yang aktif memposting informasi maupun gambar yang berkaitan dengan kegemaran dengan trending boys love. Pengamatan langsung secara virtual memberikan sumber data yang realitis dan fakta apa adanya yang terjadi dilapangan, khususnya di media twitter (Bungin, 2017). Demi memperkaya informasi, peneliti juga merujuk ke publikasi ilmiah yang memiliki kesamaan objek dan tema untuk dijadikan data sekunder. Dengan adanya data primer dan sekunder tersebut akan membantu peneliti dalam tahap analisis data.

Banyaknya informasi data yang didapatkan dari twitter, diperlukan proses reduksi data sebelum dianalisis (Bungin, 2017). Proses reduksi data terfokuskan pada informasi bagaimana para *fujoshi* memanfaatkan media twitter untuk menginformasikan kegemarannya secara bebas di twitter dan mampu berkembang dengan terbentuknya komunitas yang lebih besar. Dari reduksi data tersebut maka penyajian data dapat disederhanakan dan membantu proses analisis dan validasi. Dan akhirnya mendapatkan data akhir yang dapat disajikan dan ditarik suatu kesimpulan yang sistematis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. *Manga Yaoi* Produk *Popular Culture*

Beberapa tahun terakhir, keberadaan kelompok penggemar budaya pop Jepang sudah menyebar luas di dunia maya, seperti penggemar *manga, anime, cosplay, games, musik, film, fashion, dll*. Salah satu budaya pop Jepang yang banyak digemari adalah *manga* atau komik khas Jepang yang bertema *boys love*. Para penggemar *manga yaoi* memiliki sebutan yang menunjukkan status kegemarannya terhadap genre *manga*

ini, yaitu *fujoshi*. Ueno (dalam Suzuki, 2013) mengatakan bahwa istilah *fujoshi* merujuk pada wanita yang secara proaktif membaca bacaan bergenre *boys love*, secara sadar menyukai hubungan romantis sesama laki-laki. Akhirnya, *fujoshi* menjadi istilah populer untuk menyebut wanita yang menggemari *manga boys love*.

Salah satu genre *manga* yang mampu menarik banyak perhatian adalah *manga* bergenre *boys love*. *Manga* bergenre *boys love* merupakan salah satu genre *manga* yang populer sejak tahun 1970-an, genre ini dipelopori oleh Tekemiya Keiko. Alasan Keiko membuat *manga* bergenre ini agar dirinya mampu menggambarkan dualisme gender dalam diri manusia. Menurut Keiko, didalam diri manusia terdapat dua identitas gender yaitu feminim dan maskulin (Thorn, 2000). Di dalam *manga* dengan tema *boys love* ini terdapat dua genre lain yang berbeda namun sama-sama menceritakan kisah cinta antara laki-laki. Dua genre itu dinamai dengan *yaoi* dan *shonen-ai*.

Yaoi merupakan genre komik Jepang yang menceritakan kisah hubungan cinta romantis hingga erotis antara sesama pria, genre ini biasanya lebih menekankan pada hubungan homoerotis antar pasangan laki-laki, yang berisi adegan seksual yang ditampilkan secara eksplisit dan detail. Sedangkan *shonen-ai* adalah genre yang menceritakan kisah cinta romantis pasangan laki-laki, dan tidak terlalu menonjolkan adegan seksual eksplisit, hanya menceritakan kisah romansa pasangan laki-laki. Kedua genre dari *manga boys love* ini sama-sama banyak digemari oleh wanita.

Kegemaran wanita akan genre *yaoi* ini pada akhirnya membentuk identitas bagi para penggemar *manga* bergenre *boys love*, yang disebut sebagai *fujoshi*. *Fujoshi* berasal dari bahasa Jepang yang memiliki arti wanita atau gadis rusak, yang pada dasarnya istilah ini digunakan untuk merendahkan wanita yang memiliki kegemaran terhadap *manga* yang menampilkan hubungan romantis sesama laki-laki (Ammar, 2018). Akan tetapi,

istilah ini menjadi sebuah pelabelan diri sebagai penggemar *manga* bergenre *boys love*. Tak terkecuali pula dengan para wanita dan remaja yang ada di Indonesia, walaupun secara nyata mereka tidak tampak, namun jika ditelusuri di media sosial maka akan banyak kita temui wanita yang menikmati cerita *boys love*. Bahkan mereka akan membentuk sebuah komunitas karena memiliki kesukaan yang sama dan kehausan akan konten *boys love*.

Bercerita mengenai kisah hubungan antara laki-laki, maka tak lepas pula dari pembicaraan fenomena yang sedang marak saat ini, yakni fenomena LGBT (*Lesbian, Gay, Bisexual dan Transgender*). Di Indonesia segala hal yang berkaitan dengan LGBT masih dianggap sebagai hal yang tabu dan menyimpang dari norma dan nilai moral yang ada di masyarakat. Norma agama dan kesusilaan masih sangat mempengaruhi pandangan masyarakat Indonesia, sehingga munculnya fenomena LGBT ini merupakan suatu hal yang menyimpang dan melanggar norma yang telah dibangun di dalam masyarakat.

Perdebatan mengenai fenomena LGBT ini terus bermunculan, kaum yang kontra dengan LGBT selalu menolak fenomena itu karena dianggap melanggar norma agama dan kesusilaan. Sedangkan kaum yang pro LGBT mulai marak dan mengekspresikan dukungannya dan menunjukkan dirinya dengan terbuka. Di Jepang sendiri, para pendukung maupun yang menjadi bagian dari komunitas LGBT, mengekspresikan dukungannya melalui media, baik itu dalam bentuk *manga* atau *anime* itu tadi yang dibuat dalam genre hubungan homoseksual antara laki-laki.

Selain dalam bentuk *manga*, genre *boys love* ini pun telah mulai menunjukkan eksistensinya melalui *anime*. Banyak yang dapat kita jumpai *anime* yang menceritakan kisah cinta sesama laki-laki. Bukan saja dalam bentuk kartun, bahkan film atau serial *live action* sekarang pun banyak yang menampilkan cerita romansa antara sesama laki-laki. Selain di Jepang itu sendiri,

negara Thailand pun saat ini memiliki beragam serial bergenre *boys love* yang banyak digemari wanita Indonesia. Selain dua negara di Asia tadi, Korea Selatan pun juga sudah mulai memproduksi serial yang bertema kisah cinta sesama laki-laki.

Jika serial bergambar di Jepang dikenal dengan nama *manga*, maka di Korea Selatan disebut dengan *manhwa*. Keduanya sama merupakan gambar kartun yang dicetak dalam bentuk komik dan dalam bentuk serial bergambar di aplikasi digital. *Manhwa* yang diproduksi di Korea Selatan ini juga memiliki banyak genre, tak terkecuali pula genre *boys love*. Sedangkan di China, serial bergambar disebut dengan *manhua* yang juga banyak memiliki genre *boys love*.

Wanita yang menggemari cerita bergenre *boys love* ini, dapat dengan mudah mengakses cerita itu hanya dengan menggunakan *smartphone*. Di era teknologi yang semakin modern dan memudahkan ini, maka memudahkan juga orang untuk mengakses cerita secara digital. Dengan memasuki sebuah aplikasi atau web yang berbayar ataupun tidak, maka kita akan mudah menemukan cerita yang dengan beragam genre yang diinginkan, termasuk pula dalam mengakses *manga boys love*.

Di dunia nyata, *fujoshi* memang tidak terlalu terlihat. Mereka berusaha untuk menyembunyikan identitasnya sebagai penggemar *manga boys love* dari dunia nyata. Mereka berinteraksi secara normal di kehidupan sosialnya, namun di dunia maya mereka secara terang-terangan membuka diri dan menyatakan sebagai penggemar *manga boys love*. Dengan beragam atribut identitas karakter *manga* yang dibawanya kedalam akun media sosial. Sesama *fujoshi* hanya akan nyaman untuk membuka diri kepada orang yang memiliki kegemaran yang sama.

3.2. Identitas *Fujoshi* Dalam Media Sosial Twitter

Identitas diri menjadi hal yang sengaja dibentuk oleh individu untuk

memperlihatkan bagaimana mereka ingin dikenal dan bagaimana mereka ingin dilihat masyarakat. Tujuan dari politik identitas, yaitu untuk mendapatkan *recognition* dari orang lain terhadap identitas diri mereka sebagai seorang individu (Syafuddin, 2020). Melalui perkembangan teknologi internet yang makin maju saat ini, mendorong munculnya beragam media baru yang bisa dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan. Salah satunya adalah untuk kepentingan dalam menunjukkan identitas diri. Melalui sebuah media sosial, setiap orang mampu menampilkan identitasnya secara bebas. Menurut Turkle (Trisilowaty, 2017) menjelaskan bahwa media sosial dapat menawarkan individu untuk menampilkan identitas secara lebih bebas, cair, fleksibel, tidak terdesentralisasi, dan selalu dalam proses. Maka, melalui media sosial, mereka dapat menunjukkan identitas yang ingin ditampilkannya dengan lebih mudah dan tidak dibatasi.

Di dalam kelompok penggemar budaya pop Jepang, baik itu penggemar *anime*, *manga*, *musik*, *fashion*, dan lain-lain, penggemar *manga yaoi*-lah yang dianggap sebagai penggemar yang termarginalkan. Selain dikarenakan kebanyakan penggemar *manga yaoi* adalah perempuan, alasan lainnya pun karena di Indonesia, sebuah hubungan sesama jenis masih dianggap tabu, dan maka dari itu jika perempuan Indonesia menyukai bacaan bernuansa percintaan sesama jenis, mereka akan dianggap sebagai hal yang aneh dan tidak normal. Jadi, penggemar *manga yaoi* (*fujoshi*) dianggap sebagai suatu ketidaknormalan dan dijauhi oleh sesama penggemar budaya pop Jepang, bahkan penggemar *manga* sekalipun.

Para *fujoshi* yang merasa bahwa mereka dipinggirkan oleh penggemar *manga* bergenre lainnya. Jadi, para penggemar *manga boys love* pun akan menyembunyikan diri dan menikmati bacaannya secara diam-diam. Mereka sangat tertutup dan tidak berani mengakui

bahwa mereka adalah penggemar cerita hubungan sesama laki-laki. Mereka hanya akan menikmati sendiri bacaannya. Namun saat ini dengan banyaknya platform media sosial, maka para *fujoshi* mulai terbuka dan menunjukkan identitasnya di media sosial bahwa mereka merupakan penggemar *manga boys love*.

Hal diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Andam Dewi (2012) yang berjudul Komunitas *Fujoshi* di Kalangan Perempuan Indonesia. Ia menyatakan bahwa komunitas *manga boys love* yang ada di Indonesia relatif tertutup dan tidak diketahui secara meluas. Para *Fujoshi* hanya sebagian kecil yang mengaku sebagai penggemar *manga boys love* di kalangan *otaku* di Indonesia.

Maka dari itu, untuk menunjukkan identitasnya sebagai penggemar *manga boys love*, mereka pun membuat sebuah komunitas didalam sebuah platform media sosial. Salah satunya adalah twitter. Melalui observasi dan menelusuri di media sosial, ternyata ditemukan banyak sekali penggemar *manga boys love* atau *fujoshi* yang menggunakan media twitter sebagai tempat untuk mereka menunjukkan diri. Di dalam akun twitternya, mereka akan menggunakan profil foto karakter dari *manga boys love* kesukaannya, ditambah juga dengan nama akun yang menggunakan nama tokoh karakter dalam *manga* tersebut. Postingan-postingannya pun tak jauh dari pembicaraan mengenai tokoh karakter *manga yaoi*, update chapter terbaru, dan saling berbagi rekomendasi *manga*. Para followersnya pun adalah akun-akun penggemar *manga yaoi* lainnya.

Dalam twitter terdapat istilah *base*, *base* merupakan sebuah akun yang berfungsi untuk tempat berkumpulnya orang yang memiliki minat yang sama dan kemudian akan saling memberikan informasi dan mengirim pesan. Pesan yang dikirim oleh akun *base* disebut dengan *menfess* yang artinya adalah pesan-pesan dari akun individu ke akun *base* melalui *direct messages*, yang kemudian pesan itu

akan diposting oleh pemilik akun *base* sehingga dapat dibaca oleh pengikut akun *base*. Penggemar *manga boys love* bahkan yang menyukai *boys love* dalam bentuk apapun juga memiliki *base* twitter, dimana sebagai tempat mereka berinteraksi, seperti saling follow atau mutualan, saling berkomentar, dan memberikan informasi.

Bukan hanya melalui sebuah akun dan *base* saja mereka menunjukkan identitasnya sebagai penggemar *manga boys love*, ada juga beberapa penggemar yang memiliki ide kreatif untuk membuat karya yang menunjukkan kegemarannya. Karya-karya itu disebut juga dengan *fanwork*. Beberapa bentuk *fanwork* yang paling banyak dijumpai adalah *fanfiction* dan *fanart*. *Fanfiction* adalah hasil karya penggemar dalam bentuk tulisan, penggemar akan membuat sebuah cerita dengan menggunakan tokoh karakter dari *manga boys love* kesukaannya, namun dengan alur dan kisah sesuai dengan yang diinginkannya. Begitu juga dengan *fanart*, penggemar akan menggambar karakter yang disukainya dalam suatu *manga* dan mempostingnya di akun twitter miliknya.

Selain menghasilkan karya, ada juga penggemar yang melakukan *cosplay* dengan menggunakan pakaian dan riasan sesuai dengan karakter yang disukainya. Seperti yang dilakukan akun @_hakkencoser_ cosplayer terkenal di instagram. Ia adalah seorang adalah seorang wanita, namun ia melakukan *cosplay* menjadi karakter pria yang disukainya dalam *manga*, sehingga identitas yang ditampilkan oleh pemilik akun @_hakkencoser_ berlawanan dengan gendernya. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar *manga boys love* (*fujoshi*) dapat menunjukkan identitas mereka secara bebas sesuai dengan keinginan yang dimilikinya. Selain menghasilkan karya dan melakukan hobi, mereka secara tidak langsung juga menunjukkan identitasnya sebagai seorang *fujoshi*.

Pengakuan yang diinginkan oleh para penggemar *manga boys love* yang

ditunjukkan dengan menghasilkan karya dan membuat akun dan komunitas di media sosial, menjadi bentuk politik identitas yang dilakukan oleh *fujoshi*. Dalam rangka untuk mendapatkan pengakuan (*recognition*) dari masyarakat dan sesama penggemar *manga* terhadap kegemarannya akan *manga boys love* dan sehingga mereka mampu untuk menunjukkan identitas yang dimiliki mereka di media sosial.

4. Kesimpulan

Gejolak identitas bagi para penggemar *manga boys love* atau *fujoshi* adalah untuk mendapatkan sebuah pengakuan dari masyarakat bahkan sesama penggemar budaya pop Jepang. Hal ini dikarenakan kegemaran mereka akan cerita cinta sesama laki-laki dianggap hal yang tidak normal dan menerima *stereotype* negatif. Hal itu membuat mereka menjadi pihak yang termarginalkan karena *stereotype* yang ada didalam lingkungan sosial masyarakat, yang akhirnya membuat kehadiran mereka tidak tampak.

Dengan adanya teknologi media sosial, *fujoshi* menjadikannya sebagai salah satu jalan bagi mereka untuk mencari pengakuan. Dengan membuat akun media sosial, mencari teman yang memiliki kegemaran yang sama, dan bergabung dalam sebuah komunitas yang sama-sama menyukai *manga boys love*. Cara mereka menunjukkan identitasnya adalah dengan menampilkan profil foto karakter tokoh *manga boys love* yang disukainya, menggunakan nama akun yang sama dengan karakter favoritnya, bahkan beberapa penggemar juga membuat karya yang makin menunjukkan bahwa ia adalah seorang penggemar *manga* bergenre *boys love*.

5. Saran

Diharapkan terdapat penelitian lebih lanjut untuk mengkaji peran media sosial yang menjadi faktor besar berkembangnya budaya-budaya populer sebagai suatu fenomena sosial budaya masyarakat.

Dengan banyaknya narasi-narasi dengan tema seperti ini akan mendewasakan kita dalam bermedia sosial. Apa yang terjadi di media sosial tidak bisa hanya dilihat secara hitam dan putih, atau baik dan salah. Tetapi media sosial adalah suatu proses perubahan yang akan memaksa manusia untuk terus mengikuti apapun yang ditawarkan dari media sosial. Sehingga perkembangan ilmu akan terus maju dan pesat agar tidak tertinggal dengan perkembangan informasi yang tiada henti.

Daftar Pustaka

- Afrizal. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Depok: PT. RAJA GRAFINDO PERSADA.
- Ammar, I. W. (2018). Eksistensi *Fujoshi* di Kalangan Pecinta Kebudayaan Jepang (Studi Etnografi terhadap Wanita Penyuka Fiksi Homoseksual di Kota Medan). *Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan*.
- Ani, Yueni, A. (2018). *Fujoshi* Ala Indonesia dalam Penciptaan Komik. *Jurnal Invensi*, 3(1), 23- 32.
- Ayudyasari, D. (2016). Konstruksi Makna Gay Bagi Penggemar *Manga Yaoi* (*Fujoshi*) Pada Anggota komunitas Otaku di Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 4(2), 1–15.
- Bungin, B. (2017). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya. In *Kencana*
- Dewi, Putri A. (2012). Komunitas *Fujoshi* Di Kalangan Perempuan Indonesia. *Jurnal Lingua Cultura*, 6(2): 173-182.
- Gusri, L., Arif, E., & Dewi, R. S. (2020). Konstruksi Identitas Gender Pada Budaya Populer Jepang (Analisis Etnografi Virtual Fenomena *Fujoshi* pada Media Sosial). *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, III(I), 88–95.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. Sage Publications Ltd.

- Ida, Z. A. A. dan R. (2018). Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media*, 2(2), 130–145.
- Mizoguchi, A. (2008). *Reading and Living Yaoi: Male-Male Fantasy Narratives as Women's Sexual Subculture in Japan*.
- Setiadi, N. J. (2015). Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen). *Jakarta: Kencana Prenada Media Group*.
- Suzuki, M. (2013). The Possibilities of Research on Fujoshi in Japan. *Journal of Behavioral Science*, 10(1).
- Syafuddin, K. (2020). COSPLAY SEBAGAI AJANG MENDAPATKAN PENGAKUAN MASYARAKAT (Analisis Politik Identitas Cosplayer di Dunia Virtual. *Jurnal Kajian Dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi*, 1(3), 158–173.
- Thorn, M. (2000). Girls and Women Getting Out of Hand: The Pleasure and Politics of Japan's Amateur Comics Community. *Fanning and Consumer Culture in Contemporary Japan*. *Albany: State University of New York*.
- Trisilowaty, D. (2017). Eksistensi dan Identitas di Media Baru. *Komunikasi*, XI(01), 86-92.
- Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.