



PENGUNGKAPAN DIRI SEBAGAI FUJOSHI PADA PENGGEMAR CERITA BOYS LOVE DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

Sri Agustina Sinaga, Daniel Harapan Parlindungan Simanjuntak

Prodi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial,

Universitas Negeri Medan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena pengungkapan diri yang dilakukan para fujoshi di media sosial TikTok dengan cara membuat dan membagikan konten. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah netnografi. Penelitian dilakukan dengan memantau dan mengeksplorasi media sosial TikTok sebagai ruang bagi para fujoshi untuk mengungkapkan identitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hal yang melatar belakangi pengungkapan diri para fujoshi di media sosial TikTok di dasari pada keinginan untuk mencari identitas yang sama dan juga sebagai sarana untuk menyalurkan minat akan cerita-cerita yang berbau homoseksual. Pada aktivitas pengungkapan diri ditemukan penggunaan simbol-simbol berupa istilah khusus yang menjadi gambaran identitas mereka, seperti fujoshi, bl, thaiseries, thaienthu yang digunakan pada bio, hashtag, dan konten yang dibagikan. Kesimpulan penelitian yaitu bahwa proses pengungkapan diri yang dilakukan para fujoshi di media sosial TikTok dapat terbentuk di dalam interaksi sosial dan terdapat simbol-simbol yang memiliki makna dalam kelompok penggemar cerita boys love yang diketahui oleh sesama mereka.

Kata Kunci: Pengungkapan Diri, Fujoshi, TikTok.

PENDAHULUAN

Wanita yang memiliki ketertarikan pada konten *boys love* biasanya disebut dengan istilah Jepang "*fujoshi*," di mana "*fu*" menunjukkan sesuatu yang busuk dan "*joshi*"

menandakan seorang wanita. Istilah merendahkan yang diberikan pada *fujoshi* berfungsi sebagai sarana cemoohan dan ejekan terhadap individu dengan kecenderungan menyukai romansa sesama jenis. Hal ini disebabkan oleh harapan bahwa mereka

*Correspondence Address : @sriagustinasinaga462@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v11i7.2024. 2640-2645

© 2024UM-Tapsel Press

harus menjauhkan diri dari tema-tema seperti itu, namun mereka menemukan kesenangan dan mengembangkan kesukaan pada narasi romantis sesama jenis. Penggemar konten *boys love*, yang mencakup berbagai media seperti film, drama, komik, dan novel, sebagian besar adalah wanita.

Isu homoseksualitas belum bisa diterima di Indonesia karena dianggap sebagai sebuah penyimpangan dari patokan normal hubungan romantisme dan erotisme manusia (Gusri, 2020). Homoseksualitas kemudian digambarkan sebagai dosa atau penyakit yang harus disembuhkan (Hidayati, 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia masih menganggap tabu akan homoseksualitas. Sehingga untuk bisa diterima masyarakat *fujoshi* akan menyembunyikan identitasnya. Sama halnya dengan *fujoshi* yang mengungkapkan diri di media sosial. Walaupun dengan keberanian menunjukkan identitas di TikTok dapat mengembangkan hubungan dengan sesama *fujoshi*, menunjukkan kreativitas mereka dengan membuat karya dari *anime*, film maupun cerita yang ditonton, namun hal ini juga beresiko bagi mereka, terutama masyarakat yang masih memegang nilai dan norma yang heteronormatif seperti di Indonesia.

Tujuan penelitian yaitu bertujuan mengeksplorasi latar belakang pengungkapan diri yang dilakukan para *fujoshi* melalui konten di media sosial TikTok.

Penelitian ini menggunakan pandangan teori Interpretivisme Simbolik atau antropologi simbolik yang peneliti anggap dapat memberi pemahaman tentang identitas terkait dengan permasalahan yang diteliti. Clifford Geertz (dalam Saifuddin, 2005: 288) menyatakan bahwa definisi kebudayaan sebagai suatu sistem keteraturan dari makna dan simbol-

simbol, yang dengan makna dan simbol tersebut individu-individu mendefinisikan dunia mereka, mengekspresikan perasaan-perasaan mereka, dan membuat penilaian mereka. Teori ini menjelaskan bagaimana individu memahami dan menyampaikan siapa mereka melalui simbol-simbol dan melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat.

Simbol atau tanda dapat dilihat sebagai konsep-konsep yang dianggap oleh manusia sebagai pengkhasan sesuatu yang lain yang mengandung kualitas-kualitas analisis-logis atau melalui asosiasi-asosiasi dalam pikiran dan fakta. Kajian tentang sistem simbol dan tanda sebagian memusatkan perhatian logika internal, dan sebagian lagi menekankan tindakan sosial dan konteks sosial dari tanda dan simbol tersebut ketika dihubungkan dengan sistem perilaku dan nilai-nilai suatu kebudayaan atau masyarakat. Antropologi simbolik memandang manusia sebagai pembawa dan produk, sebagai subjek sekaligus objek, dari suatu sistem tanda dan simbol yang berlaku sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pengetahuan dan pesan-pesan.

METODE PENELITIAN

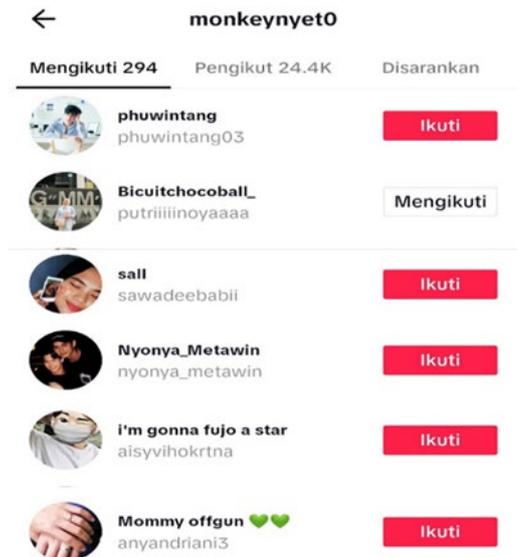
Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode netnografi. Netnografi adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami dan menganalisis perilaku, interaksi, dan budaya yang berkembang di dalam komunitas atau kelompok dalam dunia maya, terutama dalam jejaring sosial, forum online, atau platform digital lainnya. Lokasi penelitian berada di ruang virtual, yaitu media sosial TikTok. Media sosial TikTok menjadi lokasi penelitian dikarenakan peneliti dapat memantau setiap aktivitas dunia maya yang dilakukan para *fujoshi* melalui media sosial TikTok melalui

konten yang diunggah pada aplikasi tersebut. Informan penelitian yaitu *fujoshi* yang aktif membagikan konten di media sosial TikTok. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penelusuran data online, observasi online, wawancara online, catatan lapangan atau koding online, catatan metode pengumpulan data, dan tahapan dalam netnography. Analisis data dan Interpretasi data digunakan secara komputasional dan dengan bantuan komputer. Interpretasi dapat bersifat pribadi, introspektif dan berfokus pada subjektivitas serta posisi subjek (emik).

HASIL DAN PEMBAHASAN

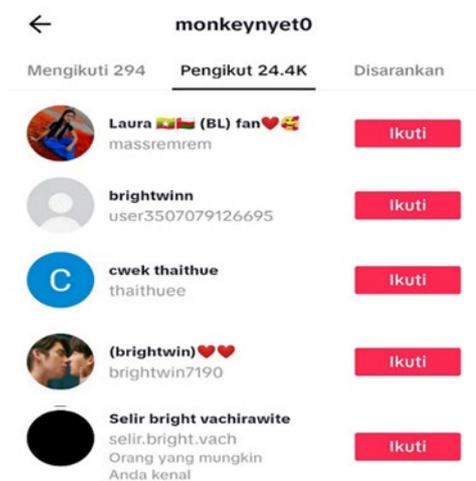
Berdasarkan hasil penelitian melalui beberapa akun media sosial tiktok yang aktif membagikan konten terkait dengan identitas sebagai *fujoshi* diperoleh hasil aktivitas pengungkapan diri yang dilakukan merupakan sarana untuk mencari teman yang sesama *fujoshi* juga. Hal ini dapat dilihat dari data akun yang diikuti dan juga data pengikutnya.

Hasil observasi menunjukkan bahwa akun-akun yang diikuti para *fujoshi* merupakan sesama penggemar cerita BL yang menggunakan *user name* dengan nama aktor idolanya, menggunakan foto profil idolanya, menggunakan bio yang ada unsur BL nya, bahkan ada juga yang menggunakan nama gabungan dari dua aktor yang memerankan sebuah series atau film BL. Pengaturan profil dilakukan sebagai langkah awal untuk mencari identitas yang sama dengan mereka dengan menggunakan simbol-simbol tertentu yang diketahui oleh sesama mereka.



Gambar 1. Daftar akun yang diikuti @monkeynyet0

Gambar diatas merupakan aktivitas seorang *fujoshi* yang mengungkapkan identitas sebagai sarana mencari sesama *fujoshi*. Hal ini terlihat dari beberapa akun yang diikuti. Akun-akun tersebut menggunakan simbol yang menunjukkan identitas sebagai penikmat cerita BL (*boys love*), seperti nama akun i'm gonna fujo a star, mommy offgun.



Gambar 2. Gambar akun yang mengikuti @monkeynyet0

Akun dengan nama cwek thaithue, Laura (BL) Fan, dan selir bright vachirawite merupakan bentuk simbol identitas dari istilah khusus para penggemar BL. Fujo singkatan dari

fujoshi, offgun merupakan sebutan untuk aktor pemeran drama Thailand Off Jumpol dan Gun Attaphan yang populer melalui drama *Theory of Love* (2019) nama mereka kemudian disingkat menjadi offgun. *Thaithue* merupakan sebutan untuk penyuka series/movie Thailand, musik, bahasa dan berbagai budaya lain yang menyangkut Thailand, sedangkan *bright Vachirawite* merupakan salah satu aktor Thailand yang populer berkat perannya di series BL Thailand yang berjudul *2gether*.

Istilah khusus yang digunakan para *fujoshi* di media sosial dengan membuat nama akun, mengatur foto profil, membuat bio merupakan bentuk interaksi simbolis guna menyampaikan identitas maupun preferensi mereka yang merupakan bentuk aktivitas pengungkapan diri. Membuat foto profil aktor dari series yang ditonton dapat menarik sesama penggemar untuk saling berinteraksi dengan cara mengikuti akun terkait dan juga memberikan komentar terhadap konten-konten yang dibagikan.



Gambar 3. Hashtag yang digunakan

Tagar atau *hashtag* merupakan tag atau metadata yang diawali dengan simbol hash (#) yang digunakan pada layanan mikroblog dan berbagi foto di Twitter dan Instagram sebagai bentuk penandaan oleh pengguna untuk

memungkinkan referensi silang konten yang berbagi subjek atau tema (Chang & Iyer dalam Firamadhina & Krisnani, 2020). Motivasi penggunaan tagar yang diungkapkan oleh Rauschnabel, dkk (2019) terdiri dari 10 yaitu *amusing* (menghibur), *organizing* (pengorganisasi a), *designing* (mendesain), *confirming* (mengonfirmasi), *trendgaging* (menarik), *bonding* (ikatan), *inspiring* (menginspirasi), *reaching* (menjangkau), *summarizing* (meringkas), *endorsing* (mendukung).

Konteks penggunaan tagar oleh para *fujoshi* dalam media sosial berdasarkan motivasi yang diungkapkan oleh Rauschnabel, dkk (2019) dapat memberikan penjelasan tentang, Pertama, para *fujoshi* menggunakan tagar untuk menghibur diri dan orang lain dengan konten-konten yang lucu atau menghibur terkait dengan karya-karya yang mereka sukai dalam hal ini adalah series ataupun movie BL yang ditonton. Tagar juga digunakan untuk mengorganisasi konten-konten yang mereka bagikan, membuatnya lebih mudah diakses dan ditemukan oleh pengguna lain yang memiliki minat serupa. Seperti *#thaienthue*, *#blseries*, *#fujoshi*, *#raikantopeni*, *#thaibl*, *#gmmmtv* merupakan tagar yang sering muncul di berbagai konten para *fujoshi* di tiktok.

Motivasi lainnya termasuk menginspirasi orang lain dengan karya-karya atau ide-ide yang mereka bagikan, mencapai audiens yang lebih luas dengan tagar yang relevan, serta merangkum konten-konten tertentu dalam tagar untuk memudahkan pembacaan dan pemahaman. Hal ini bisa dilakukan ketika sedang mencari tahu suatu hal di media sosial tiktok. Terakhir, penggunaan tagar juga dapat menjadi cara bagi para *fujoshi* untuk mendukung karya-karya atau pandangan yang mereka sukai atau setuju. Sehingga, penggunaan tagar dalam konten yang

dibagikan oleh para *fujoshi* tidak hanya merupakan upaya untuk menyebarkan konten, tetapi juga merupakan ekspresi dari berbagai motivasi yang mencerminkan identitas dan kepentingan mereka dalam komunitas online.

Selain sarana untuk mencari teman yang sesama *fujoshi*, pengungkapan diri yang dilakukan para *fujoshi* di media sosial TikTok merupakan wadah untuk memberikan informasi pribadi tentang minat terhadap konten-konten BL berupa series, film, maupun anime. Minat terhadap konten-konten BL dapat dilihat dari konten yang dishare (dibagikan) dan direpost (diposting ulang).

Akun @tasyaananda_10 merupakan salah seorang *fujoshi* yang sering membuat dan membagikan konten tentang minatnya terhadap cerita-cerita BL. Konten yang dibagikan sering berupa video pendek yang menampilkan dirinya disertai dengan menambahkan teks yang merupakan istilah khusus, seperti kata BL (Boys Love) dan juga *fujoshi* sebagai simbol dalam pengungkapan dirinya sebagai penikmat cerita BL. Penggunaan simbol ini merupakan bentuk komunikasi yang berkaitan dengan tindakan sosial dalam interaksi *fujoshi* dengan sesamanya. Tindakan sosial yang dilakukan secara individu berupaya untuk mencapai tujuan tertentu, dalam hal ini adalah memberikan pengaruh pada individu lain khususnya para *fujoshi* untuk melakukan hal yang sama atau mendorong sesamanya meninggalkan jejak berupa komentar dikonten yang dibagikan pada akunya.

SIMPULAN

Latar belakang pengungkapan diri *fujoshi* sebagai penggemar cerita bergenre homoseksual didasarkan pada tujuan untuk menemukan teman sesama *fujoshi* dan juga untuk menunjukkan minat dan kecintaan mereka akan cerita

BL. Untuk terhubung dengan sesama *fujoshi* ada penggunaan simbol-simbol yang menunjukkan identitas mereka sebagai penggemar cerita BL. Simbol yang digunakan bisa berupa istilah kata, seperti *fujoshi*, bl. Selain itu simbol yang digunakan berupa penggunaan *hashtag* atau tagar di berbagai konten yang diunggah di media sosial TikTok sehingga memudahkan jangkauan dan interaksi kepada sesama mereka. Ketika mereka sudah terhubung melalui simbol-simbol tersebut maka akan terjalin interaksi yang lebih intens dengan sesamanya dengan cara mengikuti akun sesama *fujoshi*. Teori interpretivisme simbolik oleh Clifford Geertz dalam mengkaji fenomena pengungkapan diri yang dilakukan *fujoshi* di media sosial TikTok dapat menjelaskan bahwa proses pengungkapan identitas merupakan sebuah proses yang kompleks dan penuh makna. Proses ini terjadi seiring dengan adanya ruang yang memungkinkan kebebasan berekspresi dan pembentukan identitas, serta bagaimana makna simbolik menjadi alat untuk berinteraksi dalam konteks budaya yang lebih luas. Penelitian ini akhirnya dapat dimanfaatkan untuk memperluas konteks teori Interpretivisme Simbolik C. Geertz yang digunakan untuk mengkaji *pop-culture*.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih penulis ucapkan kepada informan yang sudah bersedia di wawancarai, terimakasih juga kepada dosen pembimbing yang memberikan banyak ilmu dan masukan untuk penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Betrinadyan, M., & Resdati. (2023). Dramaturgi Identitas Fujoshi Dalam Memunculkan Identitas Melalui Instagram Di Kelurahan Sukajadi Kota Dumai. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3414-3430.

Bungin, B. (2023). *Netnography Social Media Research Procedure, Big Data & Cybercommunity Kritik Terhadap Kozinets*. Jakarta: Kencana.

Erawati, N. P., Devi, N. P., & Puspita, L. M. (2021). Hubungan Antara Harga Diri Terhadap Pengungkapan Diri Dalam Penggunaan Media Sosial Pada Remaja. *Community Of Publishing In Nursing (Coping)*, 9(5), 619-628.

Fitriana, R., Darmawan, D. R., Efriani, & Apriadi, D. W. (2021). Gejolak Fujoshi Dalam Media Sosial (Peran Media Twitter Dalam Pembentukan Identitas Kelompok Fujoshi). *Kiryoku: Jurnal Studi Kejepangan*, 5(2), 228-235.

Gerungan, G., Priyowidodo, G., & Lesmana, F. (2022). Konstruksi Identitas Penggemar Boys' Love Thailand (Studi Netnografi Fujoshi Dan Fudanshi Pada Facebook). *Jurnal E-Komunikasi*, 10(2), 1-12.

Hendro, E. P. (2020). Simbol: Arti, Fungsi, dan Implikasi Metodologisnya. *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 3(2), 158-165.

Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(1), 20-28.

Permata, D. F., & Zulfiningrum, R. (2022). Persepsi Terhadap Fujoshi Di Media Sosial Twitter. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15435-15439.

Praditya, A., Pamungkas, I. B., & Tajuddin, R. (2023). Studi Netnografi Tayangan "Kisah Hilangnya 3 Pendaki Gunung Slamet 1985" Channel Rjl 5. *Scientific Journal Of Reflection*, 6(4), 792-802.

Widyawati, T. L., & Wulandari, D. A. (2021). Pengungkapan Diri Melalui Media Sosial Dan Komunikasi Interpersonal Ditinjau Dari Jenis Kelamin Pada Siswa. *Psimphoni*, 2(2), 48-57.

Yunita, M. A. (2022). Penonton Boys' Love: Ketertarikan, Respon Dan Orientasi Seksual. *Emik Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 47-62.

Yunita, R. (2019). Aktivitas Pengungkapan Diri Remaja Putri Melalui Sosial Media Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 26-32.