

Pola Konsumsi Media dan Perilaku *Fujoshi* dalam Mengapresiasi Boys Love Series Thailand (Studi Kasus di Kota Yogyakarta)

Puguh Priyo Cahyono

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Widya Mataram, Jl. Tata Bumi Selatan, RT.06/RW.08,
Kawasan Sawah, Banyuraden, Kapanewon Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55293

E-mail: puguhpriyo707@gmail.com

ARTICLE INFO:

Submitted:
23 January 2025
Revised:
20 March 2025
Accepted:
20 March 2025
Available Online:
30 March 2025

ABSTRACT:

This study examines female fans' media consumption patterns and behavior, also known as *fujoshi*, in appreciating the Thai Boy's Love (BL) series in Yogyakarta City. Romantic relationships between men are depicted in the BL drama genre, which is highly desirable to female audiences. This study used a qualitative method with a case study approach to understand *fujoshi*'s motivation, behavior, and consumption patterns toward BL. Data were collected through in-depth interviews, media content analysis, and direct observation of *fujoshi* community activities. The results show that *fujoshi* interpret BL as entertainment and a tool to explore and express views on identity, gender, and love. They actively shape new narratives and perceptions of LGBTQ+ issues through online and community interactions. This research reveals that *fujoshi* have different ways of receiving, interpreting, or rejecting messages from BL media using the Audience Reception Theory approach. In addition, this study shows that the popularity of BL contributes to discussions and possible social change while opening up space for greater tolerance and understanding of issues related to gender and sexual orientation in society.

Keywords: *Boys love, Fujhosi Fans, LGBTQ+, Thai Series, Gender Identity*

PENDAHULUAN

Selama sepuluh tahun terakhir, pemberitaan mengenai LGBTQ+ di Indonesia semakin meningkat dengan eksposur yang semakin terbuka di masyarakat dan individu terkait. Peningkatan ini terutama didorong oleh pengaruh media massa dan keberadaan media sosial

yang menghadirkan tingkat keterbukaan yang belum pernah dialami oleh kelompok minoritas seksual sebelumnya (Febrizani dkk., 2024:2). Fenomena ini telah memicu berbagai diskusi dan pandangan yang memunculkan perdebatan (Rodríguez dan Murtagh, 2022:2-3). Pengaruh globalisasi media juga membuat program-program internasional kini melampaui batas asalnya. Layanan *streaming*, seperti Netflix dan YouTube, telah memperkenalkan genre-genre film atau serial baru ke berbagai belahan dunia. Berkat kesuksesan program-program produksi Asia di masa lalu, genre-genre lain dari Asia pun semakin populer, mulai dari gelombang K-Pop dari Korea Selatan hingga kesuksesan global film Asia, seperti *Squid Game*, *The Untamed*, dan *Girl from Nowhere*. Program-program Asia kini menjadi salah satu genre paling dicari di dunia (Rizzo, 2023). Menanggapi popularitas global ini, Netflix mengumumkan investasi jutaan dolar untuk memproduksi lebih banyak konten Asia di platformnya (Kim, 2023). Salah satu genre Asia yang paling populer adalah drama boys love (BL) yang mengeksplorasi hubungan antara dua pria (Jerome dkk., 2022).

Popularitas drama BL dimulai pada tahun 2014 dan terus meningkat di Asia, membuatnya semakin mudah diakses oleh penonton Amerika. De Guzman (2022) mengungkapkan bahwa lockdown global pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19 mungkin berkontribusi pada peningkatan popularitas BL di seluruh dunia. Drama BL dalam bahasa asing kini tersedia di Netflix, YouTube, Viki, dan *platform streaming* lainnya dengan penonton perempuan sebagai penikmat utama drama BL (Kawano, 2019; Shepherd, 2023). Drama ini menggabungkan elemen romansa ideal yang seringkali berfungsi sebagai pelarian bagi penonton dari tekanan kehidupan nyata.

Komunitas penggemar perempuan dari drama BL, yang dikenal dengan istilah *fujoshi*, memiliki peran penting dalam mendukung popularitas genre ini. Istilah *fujoshi* berasal dari Jepang yang berarti wanita busuk, merujuk pada minat mereka terhadap konten hubungan romantis antara pria yang sering dianggap tabu (Dinatha dkk., 2021). Komunitas ini tidak hanya tersebar di Jepang, tetapi juga di berbagai negara, termasuk Indonesia. Mereka sering terlibat aktif dalam diskusi daring, berbagi *fan art*, menulis *fan fiction*, dan berpartisipasi dalam berbagai acara, seperti *fan gathering*. Interaksi dalam komunitas ini menunjukkan pola komunikasi yang unik karena mereka menggunakan media sosial dan forum daring untuk berkolaborasi menciptakan

konten, berbagi pengalaman, dan membentuk jaringan dukungan yang kuat (Saito, 2011; Prasannam, 2023).

Dalam komunitas ini, terdapat pola komunikasi yang khas. Sebagian besar interaksi terjadi secara daring melalui media sosial, seperti X dan TikTok, serta *platform* diskusi, seperti Discord. Anggota komunitas sering berbagi dan mendiskusikan teori tentang pasangan karakter favorit, menciptakan *fan fiction*, dan menyebarkan konten kreatif lainnya. Mereka juga menggunakan istilah-istilah khusus, seperti *shipping* dan *seme/uke*, yang mencerminkan dinamika relasi dalam cerita BL. *Shipping* adalah keinginan agar dua orang terlihat sebagai pasangan, baik karakter fiksi maupun aktor asli. Menurut Suki Desu (2023), *seme* adalah karakter yang lebih dominan, maskulin, dan biasanya menjadi “top” dalam hubungan, sedangkan *uke* adalah karakter yang lebih pasif, feminin, dan menjadi “bottom”. Komunikasi ini tidak hanya memperkuat ikatan dalam komunitas, tetapi juga membantu menyebarkan popularitas genre BL ke khalayak yang lebih luas (Craig dkk., 2021; Shepherd, 2023). Aktivitas komunitas *fujoshi* di ruang daring juga menciptakan subkultur global yang memungkinkan pertukaran budaya dan pengalaman lintas negara (Shimauchi, 2023).

Pentingnya membahas fenomena ini terletak pada kontribusinya terhadap transformasi sosial. Komunitas *fujoshi* menunjukkan bagaimana budaya populer dapat menjadi medium untuk mengeksplorasi dan mendiskusikan isu-isu identitas gender dan orientasi seksual di masyarakat yang konservatif. Selain itu, popularitas drama BL dan aktivitas komunitasnya berperan dalam mendorong pertumbuhan industri hiburan Asia serta penyebaran nilai-nilai toleransi melalui *soft power* (Prasannam, 2023). Drama BL, yang awalnya berakar dari manga *yaoi* di Jepang, kini telah menjadi fenomena global dengan pengaruh besar dalam membentuk pandangan masyarakat tentang hubungan homoseksual, terutama di kalangan generasi muda.

Fenomena *fujoshi* juga menarik untuk dikaji dalam konteks perubahan norma sosial dan gender di Indonesia. Sebagai komunitas yang mayoritasnya perempuan heteroseksual, mereka menunjukkan bagaimana konsumsi media dapat menjadi alat untuk menantang norma patriarki. Saito (2011) mencatat bahwa minat mereka pada BL seringkali berakar pada keinginan untuk melihat hubungan yang setara, berbeda dengan hubungan heteroseksual yang sering diwarnai

oleh ketimpangan kekuasaan. Melalui drama BL, mereka dapat mengeksplorasi bentuk-bentuk relasi yang lebih egaliter, meskipun dalam kerangka fiksi.

Penelitian ini menyoroti dinamika penerimaan dan adaptasi budaya populer yang melibatkan drama BL di kalangan penggemar perempuan atau *fujoshi* di Kota Yogyakarta. Fenomena ini mencerminkan pergeseran nilai-nilai sosial di masyarakat terkait identitas gender dan orientasi seksual, terutama di kalangan generasi muda yang semakin terbuka terhadap keberagaman. Melalui analisis terhadap motivasi, perilaku, dan pemaknaan penggemar terhadap genre BL, penelitian ini berupaya mengungkap bagaimana pola konsumsi media dan perilaku *fujoshi* dalam mengapresiasi BL. Fokus pada penggemar perempuan di Kota Yogyakarta menambah perspektif lokal mengenai interaksi antara konten budaya populer dan norma-norma sosial tradisional serta bagaimana para penggemar ini membangun pemahaman dan empati terhadap realitas sosial yang berbeda. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam mengungkap potensi BL sebagai alat perubahan sosial yang mendorong penerimaan dan pemahaman yang inklusif di masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana komunitas *fujoshi* menciptakan ruang diskusi baru yang berkontribusi pada pergeseran persepsi sosial di Indonesia.

Penelitian ini berfokus pada pola konsumsi media dan perilaku penggemar atau audiens yang disebut *fujoshi*, khususnya dalam konteks BL series Thailand. Fenomena BL sendiri sudah berkembang pesat di Asia, terutama Thailand, dan telah menarik perhatian audiens secara global, terutama penggemar yang disebut dengan *fujoshi*. Kajian ini bertujuan untuk memahami bagaimana audiens mengonsumsi media BL Thailand dan bagaimana perilaku mereka dalam mengapresiasi genre ini melalui perspektif resepsi audiens. Teori Resepsi Audiens sering digunakan untuk melihat bagaimana audiens menerima, menafsirkan, dan menginterpretasikan pesan media. Dalam penelitian ini, teori resepsi audiens akan membantu menjelaskan bagaimana penggemar BL Thailand memaknai dan merespons konten yang mereka konsumsi.

Penelitian sebelumnya oleh Putri Arum Mega Utami, Jupriono, dan Amalia Nurul Muthmainnah (2024) ini bertujuan untuk melihat bagaimana resepsi anggota komunitas *Thairakteuu* terhadap serial drama bergenre BL. Penelitian ini menyoroti bagaimana BL

memunculkan istilah-istilah baru bagi para penggemarnya, seperti *fujoshi* untuk wanita yang menyukai hubungan romansa antar pria dan *fudanshi* untuk pria yang menyukai genre serupa. Para anggota komunitas ini menunjukkan pola penerimaan yang beragam terhadap serial BL.

Kesukaan *fujoshi* dan *fudanshi* terhadap BL seringkali mempengaruhi kehidupan sosial mereka. Tariuni dkk. (2022) mencatat bahwa penggemar genre ini kerap menghadapi stereotip negatif di lingkungan mereka sehingga beberapa di antaranya membatasi interaksi dengan keluarga atau teman. Namun, seiring waktu, para *fujoshi* dan *fudanshi* mulai membuka diri dengan mendirikan komunitas yang menjadi tempat aman untuk menyalurkan minat mereka.

Komunitas *Thairakteuu* di Surabaya menjadi salah satu contoh bagaimana kelompok penggemar BL dapat berkembang menjadi ruang kolaborasi dan ekspresi. Penelitian ini mencatat bahwa komunitas tersebut tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati BL, tetapi juga untuk mendiskusikan isu-isu sosial, seperti gender dan orientasi seksual. Anggota komunitas ini juga aktif dalam memproduksi konten, seperti *fan fiction*, ulasan, atau analisis mendalam tentang serial BL favorit mereka. Selain itu, penelitian ini menyoroti bahwa keterlibatan dalam komunitas memberikan dampak positif terhadap kepercayaan diri dan ekspresi diri para anggotanya. Mereka merasa lebih dihargai dan didukung ketika berada dalam lingkungan yang memiliki minat dan pandangan serupa. Penelitian ini menegaskan pentingnya komunitas sebagai ruang sosial yang inklusif, terutama bagi individu yang mungkin merasa terasing dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat memberikan kontribusi penting sebagai pedoman untuk memahami resepsi dan dinamika sosial yang muncul dalam komunitas penggemar BL. Temuan-temuan dari penelitian ini menjadi landasan dalam mengeksplorasi lebih jauh bagaimana pola konsumsi dan perilaku penggemar BL di Indonesia, termasuk dalam konteks lokal, seperti Yogyakarta.

Teori Resepsi Audiens berkembang dari konsep-konsep yang dicetuskan oleh Stuart Hall dalam karyanya "Encoding/Decoding" pada tahun 1973. Stuart berpendapat bahwa suatu proses komunikasi tidak hanya melibatkan produksi pesan media (encoding), akan tetapi juga bagaimana pesan dapat diterima dan diinterpretasikan oleh audiens (decoding). Terdapat tiga hal dalam menafsirkan pesan media, antara lain sebagai berikut.

1. Hegemoni

Hegemoni merupakan situasi ketika audiens dapat menerima pesan media sesuai dengan apa yang dimaksud oleh pembuat media. Dalam hal ini, audiens akan mengapresiasi BL Thailand berdasarkan norma-norma yang ingin ditanamkan oleh pembuatnya, seperti tema percintaan antara pria yang disajikan dengan romantis.

2. Negosiasi

Negosiasi yaitu ketika posisi audiens dapat menerima beberapa aspek dari pesan media, namun juga menyesuaikan dengan pandangan atau kondisi diri mereka. Contohnya, *fujoshi* dapat menerima aspek romantis dalam BL series, tetapi menyesuaikan narasi dengan interpretasi mereka tentang gender, seksualitas, atau peran sosial itu sendiri

3. Oposisi

Oposisi adalah posisi audiens menolak atau mengkritik pesan yang disampaikan oleh pembuat media. Hal ini dikarenakan mereka melihatnya sebagai bentuk yang bertentangan dengan pandangan mereka sendiri. Dalam hal ini, audiens menentang representasi maupaun stereotip yang ada dalam BL Thailand.

Teori Resepsi Audiens ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana *fujoshi* mengapresiasi dan mengonsumsi BL Thailand. Dengan kata lain, pendekatan ini tidak hanya melihat bahwa konsumsi media tidak hanya melibatkan penerimaan pesan, namun juga adanya proses audiens menafsirkan, bernegosiasi, hingga menentang pesan yang tidak sesuai dengan pandangan konteks sosial mereka.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandasan pada filsafat postpositivisme yang digunakan meneliti pada kondisi objek yang alamiah (Sugiyono, 2022:9). Penelitian kualitatif mengedepankan konstruksi pandangan yang dipelajari secara mendalam, dijelaskan dengan kata-kata, dan digambarkan secara holistic dan kompleks. Metode kualitatif

digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam suatu data yang mengandung makna atau data yang sebenarnya,

Studi kasus merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisis data yang berkaitan dengan sebuah kasus (Sukmadinata, 2016). Creswell dalam Sugiyono (2020:5) mengatakan bahwa studi kasus merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif dengan melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, dan aktivitas pada suatu titik waktu dan kegiatan, misalnya program, acara, proses, institusi, atau kelompok sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang terperinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data selama periode tertentu.

Dalam konteks penelitian ini, metode studi kasus digunakan untuk menganalisis dan memahami pola konsumsi media dan perilaku komunitas *fujoshi* dalam mengapresiasi BL Thailand. Studi kasus ini berfokus pada eksplorasi bagaimana komunitas *fujoshi* mengonsumsi, menafsirkan, dan merespons konten BL Thailand, serta bagaimana dinamika sosial dan budaya memengaruhi perilaku mereka.

Data yang didapat dan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan para penggemar wanita BL Thailand atau yang biasanya disebut *fujoshi*, analisis konten media, dan observasi langsung dalam aktivitas mereka. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur secara mendalam. Wawancara dilakukan dengan berinteraksi secara langsung atau bertatap muka dengan informan untuk mendapatkan data yang lengkap dan mempermudah penulis dalam pengaplikasian ke dalam hasil dan pembahasan. Berikut adalah penjelasan rinci tentang setiap teknik pengumpulan data.

1. Wawancara Mendalam

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam sebagai salah satu metode utama pengumpulan data. Wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang kaya dan terperinci langsung dari informan. Dalam hal ini, penulis menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur. Menurut Sugiyono (2022:193), wawancara tidak terstruktur adalah teknik wawancara yang tidak menggunakan pedoman wawancara secara baku atau kaku. Pedoman wawancara hanya berupa garis besar masalah yang akan ditanyakan kepada informan.

Teknik ini memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk menggali informasi lebih luas dan mendalam sesuai dengan respons yang diberikan oleh informan. Wawancara tidak terstruktur juga memungkinkan informan untuk mengemukakan pandangan dan pengalaman mereka secara bebas tanpa tekanan, sehingga data yang dihasilkan lebih alami dan mencerminkan realitas yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan berinteraksi langsung atau bertatap muka dengan informan. Informan terdiri dari anggota komunitas *fujoshi* yang aktif mengonsumsi dan membahas konten BL Thailand. Melalui wawancara ini, peneliti dapat menggali pengalaman pribadi, motivasi, dan interpretasi mereka terhadap konten BL. Data yang diperoleh kemudian digunakan untuk menganalisis pola konsumsi media dan perilaku komunitas *fujoshi*.

2. Analisis Konten Media

Analisis konten dilakukan untuk memahami bagaimana pesan dan representasi dalam media BL diterima dan diinterpretasikan oleh komunitas *fujoshi*. Konten yang dianalisis mencakup serial BL Thailand, postingan media sosial, dan fan art yang dibuat oleh komunitas *fujoshi*. Analisis ini membantu mengungkap bagaimana narasi dalam media BL memengaruhi pandangan komunitas terhadap isu-isu gender, cinta, dan orientasi seksual.

3. Observasi Langsung

Observasi langsung dilakukan untuk memahami aktivitas dan dinamika dalam komunitas *fujoshi* secara lebih kontekstual. Peneliti mengamati interaksi antaranggota komunitas, baik dalam pertemuan langsung maupun aktivitas daring di media sosial. Observasi ini memberikan wawasan tentang bagaimana komunitas *fujoshi* berfungsi sebagai ruang sosial yang mendukung anggotanya dalam mengekspresikan minat dan identitas mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan beberapa pola konsumsi media dan perilaku *fujoshi* dalam mengapresiasi serial boys love (BL) Thailand di Kota Yogyakarta. Berdasarkan wawancara mendalam, analisis konten, dan observasi langsung, terdapat temuan-temuan menarik yang

mencerminkan interaksi kompleks antara media, komunitas penggemar, dan pemaknaan individual terhadap genre BL.

Pola Konsumsi Media Fujoshi

Fujoshi di Yogyakarta memanfaatkan berbagai *platform streaming* legal, seperti YouTube, iQIYI, GagaOlala, dan WeTV, sebagai sarana utama untuk menikmati serial BL Thailand. Alasan utama penggunaan *platform* ini adalah kemudahan akses, kualitas video yang baik, dan ketersediaan subtitle dalam berbagai bahasa. Selain itu, informan juga menunjukkan preferensi terhadap platform media sosial, seperti Instagram, X (sebelumnya Twitter), dan TikTok, untuk mendapatkan informasi terbaru tentang aktor, serial, maupun komunitas penggemar BL.

Salah satu informan bahkan selalu mengikuti perkembangan terbaru tidak hanya pada serial BL yang sedang tayang, tetapi juga pada kehidupan pribadi para aktor, seperti aktivitas sehari-hari, proyek mendatang, dan hubungan antaraktor. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi media BL tidak terbatas pada konten audiovisual semata, tetapi juga melibatkan konsumsi informasi tambahan yang dapat memperkaya pengalaman mereka sebagai penggemar. Selain itu, *fujoshi* juga menunjukkan preferensi terhadap media yang menyediakan fitur interaktif, seperti *live streaming* dan komentar *real-time*, yang memungkinkan mereka merasa lebih dekat dengan konten dan komunitas.

Dalam konteks konsumsi yang lebih luas, beberapa *fujoshi* juga terlibat dalam aktivitas pembelian merchandise resmi dari serial BL favorit mereka, seperti poster, kaos, atau photobook. Aktivitas ini tidak hanya menunjukkan loyalitas mereka sebagai penggemar, tetapi juga mendukung keberlangsungan industri hiburan BL secara finansial. Sebagian besar informan juga menunjukkan dedikasi untuk menonton ulang episode atau serial tertentu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap karakter atau cerita.

Selain konsumsi langsung melalui *platform digital*, *fujoshi* juga memanfaatkan forum daring untuk mendiskusikan teori dan opini terkait serial BL tertentu. Mereka seringkali mendalami aspek budaya Thailand yang tergambar dalam serial, seperti tradisi, bahasa, atau nilai-nilai yang tersirat dalam cerita. Diskusi ini memperlihatkan bahwa konsumsi BL dapat menjadi medium pembelajaran lintas budaya.

Perilaku dan Keterlibatan *Fujoshi*

Fujoshi aktif terlibat dalam berbagai aktivitas komunitas, baik daring maupun luring. Di media sosial, mereka kerap berbagi *fan art*, *fan fiction*, meme, dan teori-teori yang berkaitan dengan pasangan favorit dari serial BL. Selain itu, aplikasi pesan instan, seperti Telegram, digunakan untuk diskusi lebih mendalam dalam grup yang lebih privat. Beberapa informan juga mengakui bahwa keterlibatan dalam komunitas memberikan rasa memiliki dan mendukung mereka dalam mengekspresikan minat terhadap BL tanpa takut dihakimi.

Keterlibatan ini sejalan dengan konsep *participatory culture* yang dikemukakan oleh Jenkins (2006), ketika penggemar tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga produsen konten yang aktif. Mereka menggunakan media untuk menciptakan narasi baru, memperkuat hubungan sosial dalam komunitas, dan mendiskusikan isu-isu yang relevan dengan identitas dan gender. Lebih jauh lagi, keterlibatan ini seringkali berfungsi sebagai *coping mechanism* atau cara untuk mengatasi stress atau tekanan bagi individu yang merasa terisolasi oleh norma-norma sosial konservatif. Melalui komunitas, mereka menemukan tempat untuk berbagi cerita, pengalaman, dan dukungan emosional.

Selain itu, perilaku *fujoshi* dalam komunitas juga menunjukkan adanya peran kepemimpinan informal. Beberapa anggota bertindak sebagai “kurator konten” yang mengatur diskusi, membagikan informasi penting, atau mengorganisir acara daring, seperti nonton bersama (*watch party*). Hal ini menunjukkan bahwa komunitas tidak hanya menjadi tempat untuk menyalurkan hobi, tetapi juga untuk mengembangkan keterampilan sosial dan organisasi.

Pemaknaan terhadap Konten BL

Melalui pendekatan Teori Resepsi Audiens, penelitian ini menemukan tiga posisi decoding yang digunakan oleh *fujoshi* dalam memaknai BL Thailand, antara lain sebagai berikut.

1. Hegemoni

Beberapa *fujoshi* menerima pesan yang disampaikan oleh pembuat media secara utuh. Mereka menikmati BL sebagai bentuk hiburan yang romantis dan mendukung nilai-nilai yang disampaikan, seperti cinta universal dan penerimaan terhadap perbedaan. Informan dalam

kategori ini cenderung kurang kritis terhadap representasi dalam BL dan lebih fokus pada aspek hiburan semata.

2. Negosiasi

Sebagian besar informan berada pada posisi ini. Mereka mengapresiasi BL, tetapi menyesuaikannya dengan konteks lokal dan pandangan pribadi. Contohnya, meskipun mereka menikmati representasi hubungan romantis antarpria, mereka tetap kritis terhadap stereotip gender yang sering muncul, seperti penggambaran karakter seme dan uke yang dianggap terlalu klise. Informan dalam kategori ini juga menyesuaikan narasi BL dengan pandangan mereka tentang hubungan ideal, seringkali melalui fan fiction atau diskusi kreatif.

3. Oposisi

Hanya sedikit informan yang berada dalam posisi ini. Mereka menikmati BL, namun secara aktif menolak elemen tertentu, seperti adegan yang terlalu seksual atau narasi yang dianggap meromantisasi perilaku *toxic* dalam hubungan. Informan dalam kategori ini seringkali menggunakan media sosial untuk mengkritik elemen-elemen tersebut dan mempromosikan representasi yang lebih sehat dan inklusif dalam BL.

Dinamika Resepi dalam Komunitas Fujoshi

Resepsi audiens dalam komunitas *fujoshi* dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk latar belakang budaya, pengalaman personal, dan interaksi dalam komunitas. Misalnya, *fujoshi* yang aktif di komunitas daring seringkali terlibat dalam diskusi tentang representasi gender dan hubungan dalam BL. Beberapa informan mengaku bahwa mereka memaknai BL sebagai medium untuk mengkritik atau menantang norma-norma patriarki yang masih kuat di masyarakat. Diskusi ini dapat memengaruhi cara mereka memaknai konten, menciptakan interpretasi baru yang lebih sesuai dengan nilai dan konteks sosial mereka. Dalam konteks ini, BL menjadi lebih dari sekadar hiburan. Ia berfungsi sebagai ruang bagi para penggemar untuk mengeksplorasi identitas dan nilai-nilai yang tidak dapat mereka ungkapkan di kehidupan sehari-hari.

Selain itu, peran media sosial juga sangat signifikan dalam membentuk resepsi audiens. Media sosial memungkinkan penggemar untuk berbagi pendapat, membentuk opini kolektif, dan bahkan memengaruhi produksi konten BL melalui umpan balik kepada pembuat media.

Contohnya, kampanye daring yang dilakukan oleh komunitas penggemar untuk meminta representasi yang lebih inklusif dalam drama BL telah berhasil mendorong beberapa rumah produksi untuk menghadirkan karakter LGBTQ+ yang lebih beragam.

Implikasi Sosial

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa konsumsi BL di kalangan *fujoshi* memiliki dampak sosial yang signifikan. Genre ini menjadi medium untuk mengeksplorasi isu-isu sensitif, seperti gender, seksualitas, dan toleransi. Dalam wawancara, beberapa informan menyebutkan bahwa BL membantu mereka memahami perspektif LGBTQ+ yang sebelumnya kurang mereka pahami. Selain itu, komunitas *fujoshi* juga menciptakan ruang aman untuk berdiskusi tentang isu-isu yang jarang dibahas di masyarakat konservatif. Aktivitas mereka di media sosial membantu menyebarkan nilai-nilai inklusivitas dan membuka diskusi tentang keberagaman. Hal ini memperkuat argumen Prasannam (2023) bahwa budaya populer dapat berfungsi sebagai alat perubahan sosial yang mendorong penerimaan terhadap identitas yang beragam. Komunitas ini juga berkontribusi pada normalisasi diskusi tentang isu-isu LGBTQ+ di kalangan generasi muda yang pada gilirannya dapat memengaruhi perubahan persepsi masyarakat yang lebih luas.

Lebih lanjut, aktivitas komunitas *fujoshi* juga menunjukkan potensi media populer dalam membangun empati lintas kelompok sosial. Dengan mengeksplorasi narasi-narasi dalam BL, para penggemar diajak untuk memahami dinamika hubungan, perjuangan, dan tantangan yang dihadapi oleh karakter LGBTQ+. Hal ini tidak hanya meningkatkan kesadaran akan isu-isu sosial, tetapi juga mendorong lahirnya solidaritas yang lebih luas di kalangan generasi muda.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi media dan perilaku *fujoshi* dalam mengapresiasi serial BL Thailand melibatkan proses yang kompleks, mulai dari konsumsi konten hingga interaksi sosial di komunitas. Melalui pendekatan Teori Resepsi Audiens, ditemukan bahwa *fujoshi* tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga aktif dalam menafsirkan dan memaknai konten sesuai dengan konteks sosial dan nilai pribadi mereka.

Genre BL tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga sarana untuk mendorong perubahan sosial yang lebih inklusif. *Fujoshi* menggunakan konsumsi media sebagai cara untuk mengeksplorasi isu-isu identitas, gender, dan orientasi seksual yang jarang mendapatkan tempat dalam diskusi umum di masyarakat konservatif. Aktivitas mereka di komunitas, baik daring maupun luring, membantu menciptakan ruang aman bagi diskusi dan kolaborasi kreatif.

Lebih jauh lagi, penelitian ini menunjukkan bahwa *fujoshi* memainkan peran penting dalam mendorong keberlanjutan industri BL melalui dukungan finansial dan partisipasi aktif dalam promosi konten. BL juga menjadi medium edukasi yang efektif dalam memperkenalkan isu-isu LGBTQ+ kepada audiens yang lebih luas, membantu membangun empati, dan mendorong dialog tentang inklusivitas.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman tentang bagaimana media populer dapat memengaruhi persepsi dan norma sosial. Hasil ini juga membuka peluang untuk studi lebih lanjut mengenai hubungan antara konsumsi media, identitas, dan perubahan sosial di berbagai konteks budaya. BL bukan hanya hiburan, tetapi juga alat transformasi yang mendalam bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, S., Syafrini, D., & Nurlizawati, N. (2023). Motif Mahasiswi *Fujoshi* Menonton Drama Boys Love (Studi Fenomenologi: Mahasiswi Universitas Negeri Padang). *Jurnal Perspektif*, 6, 178–187. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v6i2.745>
- Avianti, M., & Yunanto, T. (2023). Dinamika Persepsi dan Toleransi Penggemar Boys Love Terhadap Homoseksualitas. *Jurnal Diversita*, 9, 127–139. <https://doi.org/10.31289/diversita.v9i1.9112>
- de Santana Torres, I. (2024). Moral consumption and *fujoshi* fetishism among boys love (BL) series fans in Brazil. *Antropolítica - Revista Contemporânea de Antropologia*, 56, 1. <https://doi.org/10.22409/antropolitica2024.v56.i3.a58194>

- Febrizani, N., Erwin, E., & Setiawati, S. (2024). Simbol Karakter Gay dalam Genre Boys Love di Kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 5, 1. <https://doi.org/10.29103/jspm.v5i2.14749>
- Fitriana, R., Darmawan, D., Efriani, E., & Apriadi, D. (2021). Gejolak Fujoshi Dalam Media Sosial (Peran Media Twitter Dalam Pembentukan Identitas Kelompok Fujoshi). *KIRYOKU*, 5, 228–235. <https://doi.org/10.14710/kiryoku.v5i2.228-235>
- Hidayah, S., Setiawan, R., & Haryono, H. (2024). Konsep Diri Fujoshi Penggemar Boys Love Thailand pada Mahasiswi Fakultas Keguruan. *EDU SOCIATA (JURNAL PENDIDIKAN SOSIOLOGI)*, 7, 706–713. <https://doi.org/10.33627/es.v7i1.2137>
- Jenkins, H. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. The MIT Press. <http://www.dawsonera.com/depp/reader/protected/external/AbstractView/S9780262258951>
- Lokey, P. (2024). Boys' love dramas and viewer perceptions: A study on 2gether: The Series' impact on United States' female perceptions. <https://shareok.org/handle/11244/340624>
- Nugraha, A., Unde, A., & Fatimah, J. (2023). Aca-Fans dan Komunitas Fujoshi di Indonesia: Sembilan Motif Konsumsi Konten Boys' Love. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 5, 139–150. <https://doi.org/10.54783/jin.v5i2.736>
- Simbar, F. K. (2016). Fenomena Konsumsi Budaya Korea pada Anak Muda di Kota Manado. *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/holistik/article/view/14226>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Syafrinal, I., & Putra, E. (2023). Fenomena Fujoshi di Kalangan Penggemar NCT pada Komunitas Penulis Wattpad (Studi Kasus 5 Penulis Fanfiction NCT). *Jurnal Perspektif*, 6, 1–8. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v6i1.633>
- Utami, P. A. M., Jupriono, & Muthmainnah, A. N. (2024). Analisis Resepsi Fujoshi dan Fudanshi pada Komunitas Thairakteuu di Surabaya terhadap Serial Drama “Boyslove.” *PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM)*, 2(2, Juli), Article 2, Juli.

- Yakin, I., Supriatna, U., Rusdian, S., & Global Akademia, M. (2023). Metode Penelitian Kualitatif.
- Yunita, M. (2022). Penonton Boys' Love: Ketertarikan, Respon, dan Orientasi Seksual. *Emik*, 5, 47–62. <https://doi.org/10.46918/emik.v5i1.1219>