KONSTRUKSI IDENTITAS FUJOSHI DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

(STUDI KASUS *KOREAN LOVERS* DI SURABAYA)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Oleh:
AL ISLANIYAH
NIM. B96214111

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2018

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

PENULISAN SKIRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Al Islaniyah

Nim : B96214111

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jl. Kolonel Sugiono Ngingas Rt. 08 Rw. 02 Waru Sidoarjo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk digunakan mendapatkan gelar ademik apapun.
2) Skripsi ini merupakan benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3) Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, April 2018

Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL

D8BAFADF438163323

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Al Islaniyah

B9621411

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Al Islaniyah

Nim : B96214111

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Konstruksi Identitas Fujoshi di Media Sosial Instagram "Studi Kasus Korean Lovers di Surabaya"

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, April 2018

Dosen Pembimbing,

Rahmad Harianto, S.IP, M. Med.Kom
NIP. 197805092007101004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Al Islaniyah ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 23 April 2018
Mengesahkan
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. Hj. Ro. Suhartini, M.Si
NIP. 195801131982032001

Penguji I,

Rahmad Harianto, S.IP, M. Med.Kom
NIP. 197805092007101004

Penguji II,

Dr. Moch. Choirul Arief, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

Penguji III,

Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

Penguji IV,

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip, M.Si
NIP. 197301141999032004

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Al. Islaniyah
NIM : B96219111
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Komunikasi
E-mail address : nianio.esa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
Konstruksi Identitas Fujoshi di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Korean Lovers di Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 April 2018

Penulis

(AL. ISLANIYAH)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Al islaniyah, B96214111, 2018. *Konstruksi Identitas Fujoshi di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Korean Lovers di Surabaya).* Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Konstruksi, Identitas, Fujoshi, *Instagram***.**

Skripsi dengan judul "Konstruksi Identitas Fujoshi di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Korean Lovers di Surabaya" adalah hasil penelitian kualitatif. Penelitian memiliki fokus pada bagaimana korean lovers yang ada di Surabaya melakukan aktivitas-aktivitas di media sosial instagram dalam mengkonstruksi identitas mereka sebagai seorang fujoshi dan bagaimana mereka melakukan pertukaran pesan di media sosial instagram.

Untuk mengungkapkan masalah tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan pendekatan tersebut berguna untuk menghasilkan uraian mengenai fakta dan data yang kemudian dianalisis secara deskriptif menggunakan teori new media dan konstruktivisme.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa *korean lovers* dalam mengkonstruksi dirinya sebagai fujoshin melalui 3 tahapan, yaitu pengamatan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan fujoshi atau yaoi terlebih dahulu, ketertarikan terhadap konten yaoi dan rasa ingin mengekspresikan rasa sukanya, dan sehingga kemudian timbul tindakan atau *action* sebagai fujoshi di media sosial *instagram* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial tersebut. Dari mulai membuat akun, menyukai dan membagikan foto dan video, dan bertukar pesan melalui *direct massage*, kolom komentar dan biografi *instagram*.

Berdasarkan hasil penelitian inim beberapa rekomendasi yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan penelitian selanjutnya adalah mengembangkan penelitian terkait dengan media sosial sebagai pembelajaran studi komunikasi yang lebih mendalam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI ix

MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vii

ABSTRAK viii

DAFTAR ISI vix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR GRAFIK xiv

BAB 1 : PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah 10

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian 10

E. Kajian Penelitian Terdahulu 11

F. Definisi Konsep 15

G. Kerangka Pikir Penelitian 18

H. Metode Penelitian 19

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian 19

2. Subyek, Obyek, Lokasi Penelitian 20

3. Jenis dan Sumber Data 22

4. Tahapan Penelitian 23

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Teknik Pengumpulan Data 24
6. Teknik analisis Data 25
I. Sistematika pembahasan 26

BAB 1I : KAJIAN TEORITIS 28
A. Kajian Pustaka 28
1. Konstruksi 28
a. Pengertian Konstruksi 28
b. Bahasa dalam Konstruksi Realitas 30
c. Konstruksi Identitas Sosial dan Virtual 31
2. Identitas 34
a. Pengertian Identitas 34
b. Jenis Identitas dalam Media Online 35
3. Fujoshi 37
4. Internet dan Instagram 38
a. Pengertian Internet 38
b. Pengertian Instagram 39
c. Fitur di Instagram 40
5. Komunikasi 43
6. Kelompok Sosial Masyarakat Maya 44
B. Kajian Teori 50
1. Teori Media Baru 50
2. Teori Konstruktivisme dalam Realitas dan Diri 54

BAB 1II : PENYAJIAN DATA 59
A. Deskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian 59
1. Deskripsi Subyek 59
2. Deskripsi Obyek 62

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Deskripsi Lokasi Penelitian 63
B. Deskripsi Data Penelitian 64
1. Proses Pembentukan Identitas Fujoshi di Media Sosial Instagram 64
a. Tahapan Pembentukan Identitas Fujoshi di Instagram 65
b. Pemanfaatan Fitur Instagram Dalam Pembentukan Identitas..... 66
c. Pengenalan Identitas Fujoshi di Media Sosial *Instagram*..... 75
2. Proses Pertukaran Pesan Fujoshi 79

BAB 1V : INTREPETASI HASIL PENELITIAN 82

A. Temuan Hasil Penelitian 82
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 96
C. Tinjauan Islam Terhadap Fujoshi 103

BAB V : PENUTUP 107

A. Simpulan 107
B. Rekomendasi 109

DAFTAR PUSTAKA 111

BIODATA PENULIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tipe Kelompok Sosial 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Akun Fanbase Yang Di Ikuti Alvinna Di *Instagram* 68

GAMBAR 1.2 Akun fujoshi yang diikuti Tsara di *Instagram* 68

GAMBAR 1.3 Penulisan Kata Fujoshi Di Biografi *Instagram* 70

GAMBAR 1.4 *Fake Account* Fujoshi di *Instagram* 74

GAMBAR 1.5 *Fake Account* Fujoshi di *Instagram* 74

GAMBAR 1.6 Komentar di Blog Fujoshi 79

GAMBAR 1.7 Komentar di Blog Fujoshi 79

GAMBAR 1.8 Postingan Akun Offgunfanclub_m 86

GAMBAR 1.9 Postingan yang dibagikan Devina 87

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GRAFIK

BAGAN 1.1 Kerangka Pikir Penelitian 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Instagram merupakan sebuah Jejaring sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat luas, tidak hanya di Indonesia, bahkan masyarakat luarpun juga banyak yang menggunakan jejaring sosial. Pengguna jejaring sosial pada saat ini meliputi hampir dari berbagai kalangan usia mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Jejaring sosial sendiri sangat banyak bentuknya selain *instagram* yaitu dari *facebook, twitter, youtube*. Jejaring sosial merupakan suatu struktur sosial yang dibentuk dari hubungan kesamaan sosialitas seperti visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain. Jejaring sosial kini dimanfaat sebagai sarana pengganti kehidupan kita di dunia maya, seperti mengirim pesan , berkomentar terhadap pesan orang lain, menjalin pertemanan lebih banyak, mencari pasangan, mengirim foto, dan hingga saling tukar pendapat.

Media sosial sendiri salah satu bentuk dari perkembangan media baru dari media massa. Kemajuan teknologi komunikasi ditandai dengan makin luasnya jaringan televisi, radio, dan internet. Media massa dapat memudahkan manusia dalam mengakses informasi baik dari dalam negri maupun luar negri dengan lebih mudah dan cepat. Maka dari kemudahan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu membantu terjadinya penyebaran budaya populer dari suatu negara, termasuk budaya Korea. Globalisasi merupakan fenomena khusus yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bergerak terus dalam masyarakat global dan merupakan bagian dari proses manusia global itu sendiri. Globalisasi meleburkan budaya barat dan budaya timur menjadi satu dan tidak akan pernah terpisah. Hal inilah yang memudahkan budaya Korea sebagai budaya populer berkaitan dengan masalah sehari-hari seperti superstar, fashion, transportasi, gaya hidup dan sebagainya yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu. Menurut Ben Agger, sebuah budaya yang akan masuk dunia hiburan maka budaya itu umumnya menempatkan unsur popular sebagai unsur utamanya. Budaya itu akan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai penyebaran pengaruh di masyarakat.[1]

Sebagai *new media* internet begitu banyak memiliki aplikasinya seperti email, blog, situs jejaring sosial situs bebagi video, game online, *e-books*, koran online, dan lain sebagainya .Internet sebagai *new media* pada prinsipnya dapat dimanfaatkan oleh siapapun untuk kepentingan apapun.[2]

Pemanfaatan internet akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang pesat. Media internet tidak lagi menjadi media untuk berkomunikasi namun berkembang dalam berbagai hal yaitu dunia bisnis, insdustri, pendidikan, kesukaan, dan pergaulan sosial.

Adanya pemanfaatan penggunaan teknologi komunikasi yang berkembang saat ini sangat mendukung penyebaran budaya korea. Budaya Korea mulai sendiri mulai ramai pada 10 tahun terakhir, budaya ini mulai

---

[1]Soraya ayu, Vani. "*Pengaruh Budaya KPOP Terhadap Sikap Remaja di Surabaya*", Skripsi Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, UPN Surabaya, (Surabaya:2013). Hal. 1

[2]James R. Situmorang. "Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan, dan Sosial Budaya". Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8 No. 1 (2012), hal 74

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

timbul karena adanya tayangan-tayangan korea yang mulai ditayangkan di Indonesia. Adanya tayangan ini memperlihatkan budaya-budaya baru dan menarik bagi masyarakat luas. Semakin lama budaya Korea bukan hanya diminati tayangannya, namun juga merambah hingga musik. Dengan semakin berkembangnya budaya korea ini membuat semakin berkembangnya peminat yang pada akhirnya membentuk suatu komunitas, dan itu sangat beragam. Peminat budaya korea atau yang biasa disebut kpop saat ini semakin banyak dan semakin berkembang dimana-mana. Penggemar kpop sendiri sangat beragam golongan dari perempuan dan laki-laki, anak-anak hingga dewasa banyak yang meminati budaya kpop.

Dari perkembangan budaya korea sendiri selain terbentuk suatu komunitas yang biasa disebut korean lovers, terbentuk juga berbagai komunitas-komunitas kecil seperti fandom. Fandom sendiri merupakan istilah yang sangat banyak dijumpai pada *korean lovers*, fandom merupakan suatu bentuk seperti identitas mereka dalam menyebut diri mereka sebagai fans suatu idol. Idol dalam dunia kpop bukan hanya aktor atau aktris, melainkan mereka yang merupakan *girlgroup* dan *boygroup.*

Fandom sendiri adalah singkatan dari *fan kingdom* (kerajaan fan). Fandom dalam istilah yang paling dasar adalah sekelompok fans yang membentuk jaringan sosial dengan satu sama lain berdasarkan kepentingan bersama atau suatu komunitas yang didasari oleh kesamaan (homogen), hubungan antarindividu yang tidak intensif bahkan tidak saling kenal. Fandom biasanya memiliki forum-forum khusus yang memungkinkan mereka untuk melakukan *sharing* secara ramai-ramai melalui *fanbase* di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media sosial.[3]Misalnya fandom ELF untuk sebutan fans super junior, fandom ikonic untuk sebutan fans ikon, fandom vip untuk sebutan fans bigbang, dan sebagainya masih banyak lagi macamnya.

Dalam suatu *boygroup* sudah pasti terdiri dari beberapa anggota atau member didalamnya. Dalam sebuah grup tersebut sering terjadi interaksi yang dilakukan oleh para anggota, antara lain dalam pertemanan atau kegiatan mereka. Seringkali dilihat dari interaksi member boygroup terdapat kedekatan yang sangat intim, intim dalam hal ini yaitu bagaimana mereka saling terbuka dan terbiasa berinteraksi yang tak jarang sering terdapat skinship diantara mereka. Adanya hal ini seringkali membuat fans yang kebanyakan perempuan merasa suka dengan kedekatan mereka. Kedekatan intim para member boygroup ini merupakan kedekatan yang biasa disebut *bromance*. *Bromance* sendiri merupakan sebutan bagi pertemanan atau persahabatan antara laki-laki dengan laki-laki. Pada saat ini *bromance* terkesan seperti gay padahal tidak sama sekali dan sangat berbeda. Kesan ini biasa didapat ketika melihat laki-laki dengan laki-laki memiliki hubungan yang dekat, padahal hal itu hal yang wajar sama seperti persahabatan perempuan dengan perempuan. Istilah *bromance*sendiri sudah sering terdengar dalam lingkungan para penyuka korea atau *korean lovers*. Adanya kedekatan yang intim dalam hubungan *bromance* tersebut sangat disukai oleh para fans, namun kedekatan mereka banyak yang berharap lebih dari bromance. Adanya ketertarikan fans

[3]Rizka fauziyah. "Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi deskriptif kualitatif tentang pengguna media sosial twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2Pmindohottest dan ikon account @Khunnie0624). Program studi ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik. Universitas sebelas maret Surakarta, (Surakarta : Perpustakaan Universitas Sebelas Maret), Hal 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap hubungan antara laki-laki dengan laki-laki menimbulkan sebuah istilah yang ada diantara para penggemar tersebut, yaitu fujoshi.

Fujoshi sendiri awalnya merupakan sebutan untuk para perempuan penggemar manga BL (*Boys Love*). Awalnya fujoshi memiliki konotasi negatif yaitu perempuan busuk yang menyukai sesuatu yang diluar kebiasaan normal seperti percintaan antara dua lelaki cantik. pengertian lain dari fujoshi adalah sebuah sebutan untuk perempuan penggemar yaoi. Yaoi dicirikan dengan materi subyek utamanya yakni homoerotis dan romantisme homoseksual antara dua laki-laki (atau lebih). Saat ini fujoshi atau penggemar romantisme homo bukan hanya untuk para penggemar manga, namun menyebar hingga kepada para penggemar korea atau Korean lovers. Hal itu seperti yang dijelaskan sebelumnya adanya hubungan *bromance* yang diharapkan penggemar lebih menimbulkan suatu hal yang diluar kebiaasaan normal.

Fujoshi di indonesia sendiri cukup banyak dari para penggemar kpop. Peneliti menjumpai penggemar kpop yang merupakan fujoshi, yaitu di beberapa jejaring sosial khususnya twitter dan *instagram*. Konten homoerotis yang didapat oleh para fujoshi bukan hanya dari manga ataupun film, namun juga dari artis yang mereka sukai seperti yang disebutkan diatas. Pada dasarnya idol yang mereka sukai dalam hal fujoshi ini bukanlah idol yang memiliki hubungan spesial sesama jenis, hal ini tersebut berasal dari rasa suka yang cukup berlebih dari fans (fujoshi) tersebut terhadap hubungan *bromance* dari idola mereka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kebutuhan kepuasan Romantisme homoerotis para *korean lovers* yang merupakan fujoshi bukan hanya berasal dari interaksi para idol, namun juga mereka dapat dari *fanfiction* yaoi. Dalam dunia kpop sangat banyak dijumpai berbagai macam *fanfiction*, *fanfiction* merupakan sebuah cerita fiksi yang dikarang oleh para penggemar kpop sendiri yang dimana bercerita tentang kehidupan yang diperankan idola mereka. *fanfiction*sendiri sangat beragam macamnya, dari yang bergenre romantis, drama, hingga horor. Untuk yang bercerita tentang romantisme homo biasa disebut cerita yaoi.

Cerita dalam yaoi sendiri tidak berbeda dengan cerita *romance* antara pria dan wanita pada umumnya, tema serta alurnya beragam dari kehidupan sekolah dan sosial, mengenai dunia pekerjaan, hingga gangster dan yakuza. Namun yang membedakan adalah tokoh karakter yang memerankannya, jika pada manga yaoi hampir seluruhnya melibatkan laki-laki sebagai tokoh ceritanya dan tentunya kisah percintaan sesama jenis (laki-laki) yang menjadi ciri khusus tema utamanya. Dalam cerita yaoi sendiri juga menggambarkan kegiatan seksual sesama pria yang sangat fulgar dan erotis.[4]

Selain mengkonsumsi cerita *fanfiction*, para fujoshi yang kebanyakan menggunakan internet sebagai media mereka dalam mencari informasi tentang konten romantisme homoerotis yang mereka butuhkan. Hal ini berdasarkan apa yang dilihat oleh peneliti bahwa para fujoshi menggunakan media sosial sebagai sarana mereka berinteraksi. Dibanding

[4]Dara Ayundyasari. "Konstruksi Makna Gay Bagi para Penggemar Manga Yaoi (Fujoshi) pada Anggota Komunitas Otaku di Pekanbaru". JOM FISISP, Vol. 3 No. 2 (Oktober 2016), hal 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan media televisi atau media massa lainnya, media sosial online lebih banyak digunakan karena dapat dilihat dari televisi di Indonesia sendiri untuk hal yang berhubungan dengan romantisme homo sangat jarang ditemui.

Fujoshi memiliki pemahaman tersendiri terhadap sebuah hubungan antara lelaki, dan mereka bisa dikatakan tidak terlepas dari pengaruh internet akan hal tersebut. Di internet sendiri fujoshi dapat secara bebas berinteraksi ataupun memasuki suatu forum tanpa harus menyuarakan identitas asli mereka. Hal ini diketahui oleh peneliti karena beberapa kali peneliti menemukan fujoshi di jejaring sosial yang menggunakan nama-nama yang sama seperti karakter atau fans dari karakter yaoi tersebut.[5] Namun ada juga fujoshi yang terang-terangan menunjukkan identitas asli mereka.

Keberadaan kelompok fujoshi berkembang diantara pecinta kebudayaan pop Korea. Banyak orang awan selain penggemar korea tidak begitu mengetahui perkembangan dan adanya fujoshi ini akan merasa asing, dalam lngkungan penggemar budaya pop Korea ini juga tidak semua yang paham dan mengetahui adanya istilah fujoshi. Berdasarkan pengamatan peneliti beberapa kali menemui penggemar budaya pop Korea di Surabaya, ternyata diantara mereka masih ada yang belum mengetahui tentang adanya istilah fujoshi.

Pada saat ini romantisme homoerotis yang disukai oleh para fujoshi bukan hanya berasal dari artis Korea atau manga Jepang, namun

[5] Athiraniday Subagio, "Studi Analisis Resepsi Komunitas Fujoshi di Surabaya dan Sekitarnya Terhadap Gay Relationship di Film Barat", Tesis Pascasarjana Universitas Airlangga, (Surabaya : 2016), hal 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahkan dari Thailand. Di Thailand sendiri saat ini banyak sekali drama series atau bahkan film yang bercerita tentang hubungan sejenis khususnya homo. Adanya konten homo yang banyak dari Thailand tersebut membuat semakin banyaknya konten yang dapat dinikmati oleh fujoshi. Berdasarkan dari pengamatan peneliti, ada korean lovers yang merupakan fujoshi mulai banyak melihat series Thailand yang bercerita tentang homo. Dapat dilihat dari mulai perkembangan teknologi hingga budaya korea menimbulkan berbagai hal baru, salah satunya dalam hal ini adalah fujoshi.

Adanya fenomena fujoshi yang mulai berkembang ini, peneliti tertarik untuk meneliti hal ini. Dalam hal ini, studi ini ingin meneliti bagaimana para korean lovers yang ada di Surabaya ini dalam mengkonstruksikan identitas mereka sebagai fujoshi di *instagram*.

Media sosial merupakan salah satu bentuk dari layanan internet yang menjadi wadah, karya, ide, tanggapan, opini, hiburan, bahkan mengekspresikan keadaan yang terjadi. Dalam hal ini para fujoshi membuat akun pribadi di *instagram* sudah bisa menggunakan media sosial tersebut. *Instagram* sendiri dipilih karena penggunaanya yang mulai ramai digunakan oleh para fujoshi dalam memenuhi kebutuhan mereka dalam melihat konten fujoshi. Dalam konstruksi identitas fujoshi ini peneliti ingin melihat bagaimana fujoshi ini memafaatkan media sosial *instagram* sebagai wadah mereka dalam membentuk diri mereka sebagai seorang fujoshi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini dilakukan oleh peneliti karena ingin mengetahui dan memahami bagaimana fujoshi yang umumnya masih bisa dibilang sebagai sebuah minoritas, menunjukkan identitas mereka sebagai seorang penggemar romantisme homoerotis disebuah media sosial, yang dimana merupakan media yang sangat terbuka untuk siapapun. Selain itu alasan lain yang membuat peneliti tertari untuk melakukan penelitian tentang identitas fujoshi di *instagram* karena penelitian fujoshi sendiri masih belum banyak dilakukan. Seperti yang disebutkan diatas fujoshi sendiri masih sebuah minoritas, hal ini peneliti dapat dari beberapa peristiwa yang dimana ketika peneliti berbicara mengenai fujoshi banyak yang belum tahu akan istilah tersebut. Selain itu dalam penelitian ini, peneliti juga bertujuan untuk mengetahui dan memahmi bagaimana fujoshi melakukan interaksi mereka dengan sesama fujoshi di media sosial *instagram*.

Dari sekian banyak *korean Lovers* yang ada di Indonesia, peneliti memilih *Korean Lovers* di Surabaya dipilih karena Surabaya yang merupakan salah satu kota besar yag ada di Indonesia dan untuk kalangan penggemar kpop sendiri sangat banyak dan selain itu dapat dijangkau oleh peneliti.

Dari ranah komunikasi, peneliti ingin mengetahui bagaimana para fujoshi yang *Korean Lovers* di Surabaya tersebut melakukan peristiwa komunikasi dengan menggunakan media sosial *instagram*. Berdasarkan hal-hal yang sudah dijelaskan tersebut peneliti tertarik untuk melakulan penelitian terhadap fujoshi di *Korean lovers* Surabaya dengan judul

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Konstruksi identitas fujoshi di media sosial *instagram* (studi kasus *Korean Lovers* di Surabaya)".

B. Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

Merujuk pada gambaran dasar dalam latar belakang, secara garis besar peneliti akan berfokus pada aktivitas sapa saja yang dilakukan oleh para korean lovers di surabaya dalam mengkontruksikan diri sebagai fujoshi dan bagaimana mereka berhubungan dengan fujoshi yang lain melalui pemanfaatan fitur-fitur yang ada di *Instagram* , sebagai fenomena yang tengah berkembang saat ini .

Penelitian ini disusun dengan tujuan menjawab pertanyaan utama, yaitu:

1. Bagaimana proses pembentukan identitas diri fujoshi yang dilakukan oleh para korean lovers di surabaya melalui aktivitasnya di *instagram*?
2. Bagaimana proses pertukaran pesan antar sesama fujoshi ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana korean lovers surabaya mengkonstruksi identitas diri mereka sebagai fujoshi melalui media sosial *instagram*.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi yang dilakukan oleh fijoshi di *instagram*.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau referensi, serta menjadi pembanding untuk penelitian selanjutnya yang memiliki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

obyek atau permasalahan yang sama, yaitu berkaitan dengan identitas komunikasi dalam suatu komunitas.

2. Manfaat Praktis
   a. Menambah pemahaman masyarakat umum mengenai pembentukan identitas terkait dengan fujoshi di kalangan *Korean Lovers* di Surabaya.
   b. Memberikan pemahaman mengenai aktivitas-aktivitas di *instagram* yang dilakukan oleh *Korean Lovers* di surabaya dalam pembentukan identitas diri fujoshi.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Putri Andam Dewi, yang berjudul Komunitas fujoshi di kalangan perempuan indonesia. Memiliki hasil penelitian mengenai fujoshi di kalangan perempuan, yaitu :

1. Penggemar umumnya berusia 19 tahun hingga 30 tahun, berkisar pada level pendidikan pada perguruan tinggi. Mereka rata-rata berprofesi sebagai mahasiswi dan karyawati.
2. Mereka merepresentasikan pria asia yang hangat, romantis, dan sensitif. Aspek konten seksual dalam manga BL merupakan salah satu faktor mendorong para fujoshi untuk menyukai manga BL.
3. Manga BL tidak mudah ditemui dipasaran, karena mengangkat tema percintaan homoseksual yang masih dianggap hal yang tabu dan stereotip masyarakat indonesia. Sumber utama untuk mendapat manga BL adalah dari internet dan saling meminjam sesama fujoshi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Timbul pro dan kontra atas penerimaan manga BL dikalangan anak muda indonesia. Sebagian besar dari mereka akan terkejut dan merasa aneh ketika mengetahui ada perempuan yang menyukai manga mengenai percintaan antara laki- laki dengan laki-laki.

Antara penelitian Putri Andam Dewi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat kesamaan dalam segi hal yang diteliti yaitu mengenai fujoshi. Perbedaan dengan penelitian ini adalah jika Dalam Penelitian Putri Andam Dewi ini lebih menjelaskan apa itu fujoshi dan bagaimana anggapannya dikalangan perempuan Indonesia, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti lebih menjelaskan bagaimana aktivitas-aktivitas fujoshi di *instagram* dalam konstruksi identitas. Selain itu obyek dan fokus penelitian ini adalah fujoshi yang berada dilingkup *Korean Lovers* di Surabaya.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Arisai Olga Hakase Pasaribu, yang berjudul Konstruksi identitas diri remaja pengguna media *instagram* di kota Medan. Memiliki hasil penelitian mengenai konstruksi identitas diri remaja pengguna *instagram* di kota Medan :

1. Penggunaan *instagram* akibat dipengaruhi oleh rekan sebaya atau ikut-ikutan. Digunakan untuk mengabadikan foto terbaik dan digunakan setiap waktu.
2. Citra saat menggunakan *instagram* sesuai dengan identitas asli mereka.
3. *Instagram* mampu memenuhi kebutuhan para remaja yang terdiri dari remaja masa awal, pertengahan, dan remaja akhir. Dari segi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengetahuan *instagram* sebagai media sosial membuat para informan mengetahui informasi terbaru, sebagai media hiburan *instagram* membantu para informan untuk untuk bisa mengetahui gaya hidup orang lain, dapat memperkuat hubungan sosial dengan masyrakat dan mengisi waktu luang.

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Arisai Olga Hakase Pasaribu memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sama sama terdapat bagian yang menjelaskan mengenai konstruksi diri seseorang di media sosial *instagram*. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti lebih meneliti bagaimana *korean lovers* membentuk atau membangun identitas diri fujoshi mereka melalui aktivitas-aktivitasnya di *instagram*.

Penelitian yang dilakukan oleh Hadiani Fitri yang berjudul Konstruksi ientitas etnis simalungun di era otonomi daerah dalam perspektif gerakan sosial. Memiliki hasil penelitian mengenai konstruksi identitas etnis simalungun ini adalah berdasarkan dinamika eksternalisasi proses konstruksi identitas simalungun melalui budaya dan organisasi yang ada dan internalisasi sebagai pencurahan diri terhadap gagasan dari nilai kultural dan ideologi.

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Hadiani Fitri memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sama sama meneliti tentang proses mengkonstruksikan identitas diri dalam sebuah kelompok. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh peneliti yaitu peneliti lebih meneliti pada identitas dalam lingkungan sosial. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hadiani Fitri berfokus pada etnis simalungun, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berfokus pada kelompok fujoshi dan bagaimana proses komunikasi di media sosial *instagram*.

Penelitian yang dilakukan oleh Athiraniday Subagio, yang berjudul Studi analisis resepsi komunitas fujoshi di Surabaya dan sekitarnya terhadap *gay relationship* di film barat. Hasil temuan dari penelitian mengenai resepsi komunitas fujoshi ini adalah bahwa fujoshi memahami adanya hubungan gay di dalam film barat, utamanya dalam film *Sherlock* dan *The Avangers* berdasarkan beberapa faktor, diantaranya dari adegan pertengkaran, atau kata teman yang bisa diasosiasikan dengan adanya indikasi hubungan romantis antara kedua laki-laki.

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Athiraniday Subagio memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sama sama meneliti fujoshi. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti lebih meneliti bagaimana *korean lovers* membentuk atau membangun identitas diri fujoshi mereka melalui aktivitas-aktivitasnya di *instagram*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Definisi Konsep

Definisi konseptual yaitu suatu definisi yang masih berupa konsep dan maknanya masih sangat abstrak walaupun secara intuitif masih bisa dipahami maksudnya.

1. Konstruksi identitas

Konstruksi merupakan suatu kegiatan membangun sarana maupun prasarana. Dalam sebuah bidang arsitektur atau teknik sipil, sebuah konstruksi juga dikenal sebagai bangunan atau satuan infrastruktur pada sebuah area atau pada beberapa area. Kontruksi juga ada dalam dunia sosial dan dalam dunia sosial bisa diartikan sebagai pembentukan atau sesuatu yang berhubungan dengan hal-hal sosial.

Identitas merupakan bagian penting dari konsep diri. Konsep diri bukan hanya sekedar gambaran deskriptif, tetapi juga penilaian anda tentang diri anda. Konsep diri meliputi apa yang difikirkan dan apa yang anda rasakan tentang diri anda. Anita taylor mendefinisikan konsep diri sebagai "*all you think feel about you, te entire complex of beliefs and attitudes you hold about yourself*".[6]Identitas membuat suatu gambaran mengenai seseorang melalui penampilan fisik, ciri ras, warna kulit, bahasa yang digunakan diri, dan faktor persepsi yang lain yang semuanya digunakan dalam mengkonstruksi identitas budaya.[7]

[6]Rakhmat, jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
[7]Primada Qurrota Ayun. *Fenomena Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas,* Jurnal Channel, Vol. 3 No. 2 (Oktober 2015), hal 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan pandangan diatas, dapat disimpulkan bahwa identitas adalah pemahaman tentang diri seseorang yang diketahui oleh orang lain yang digunakan untuk mengetahui karakteristik seseorang tersebut, Serta menjadi pembeda antara diri seseorang dengan orang lain. Dalam penelitin ini konstruksi identitas yang dimaksud peneliti adalah pembentukan suatu identitas dari diri seseorang yang merupakan fujoshi. Dari sini akan tahu bagaimana karakteristik fujoshi dalam berkomunikasi untuk membentuk identitas para korean lovers di Surabaya tersebut melalui *instagram* mereka.

2. Fujoshi

Di jepang ada sebutan untuk para perempuan penggemar manga BL. Yang serupa dengan kriteria ini, yaitu fujoshi. Arti kata fujoshi adalah *rotten lady* atau perempuan busuk. Awalnya fujoshi memiliki konotasi negatif yaitu perempuan busuk yang menyukai sesuatu yang diluar kebiasaan normal seperti percintaan antara dua lelaki cantik. [8] adapun pengertian lain dari fujoshi adalah sebuah sebutan untuk perempuan penggemar yaoi. Yaoi merupakan singkatan dari tiga frase yakni, *yama nashi, ochi nashi,* dan *imi ashi* yang berarti "tanpa klimaks, tanpa penyelesaian, tanpa makna" yang biasanya digambarkan dengan minim strukrut naratif, yang merupakan ciri khas manga. Yaoi dicirikan dengan materi subyek utamanya yakni homoerotis dan romantisme homoseksual antara dua laki-laki (atau

[8]Putri Andam Dewi. *Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia*, Jurnal Lingua Cultura, Vol.6 No.2 (November 2012), hal 174

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih) dengan karakter khusus seperti anak sekolahan dari sekolah negeri khas Eropa, atau kurus, lelaki muda berotot dengan tubuh proposional, berambut panjang dengan wajah feminim.[9]

Berdasarkan pengertian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa fujoshi adalah sebuah sebutan pagi para wanita yang menyukai romantisme sesama jenis khususnya antara laki-laki dengan laki-laki. Pada saat ini drama atau cerita homoerotis tidak hanya dari cerita manga jepang saja, namun sudah berkembang. Hingga saat ini banyak drama atau cerita homoerotis yang erasal dari negara lain, khusus nya yang sedang banyak ditonton saat ini adalah drama homoerotis dari thailand. Fujoshi sekarang bukan hanya dari pecinta jepang namun juga menyebar hingga para pecinta korea atau *Korean Lovers.*

3. *Instagram*

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.

4. Komunitas *Korean Lovers* Surabaya

Korean Lovers adalah sebuah nama dimana para penyuka tau orang-orang yang menyukai budaya Korea dari mulai musik sampai

[9]Septia Winduwati. *fujoshi Remaja dan Kenikmatan Bermedia Yaoi (Studi Kasus pada Remaja Putri Penggemar Fiksi Romantis Homoerotis Jepang), hal 5-6*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

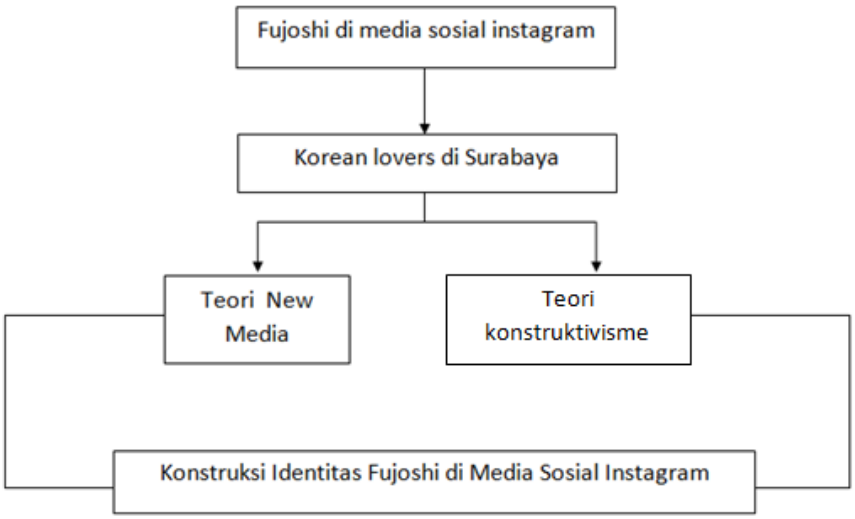
drama dan budayanya berkumpul membentuk suatu komunitas. Jadi komunitas *korean lovers* adalah sebuah perkumpulan orang-orang yang memiliki minat yang sama yaitu pada budaya korea.

G. Kerangka Pikir penelitian.

Kerangka pikir penelitian ini diawali dengan fenomena fujoshi yang mulai berkembang dan melanda korean lovers. Fujoshi merupakan sebuah sebutan untuk perempuan yang menyukai romantisme homoeritis, romantisme ini bukan hanya dari manga jepang meinkan menyebar hingga drama seri thailand. Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa *korean lovers* di Surabaya yang juga merupakan fujoshi. Peneliti pada penelitian ini memusatkan pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan fujoshi di *instagram* yang digunakan oleh para korean lovers dalam membangun identitas mereka sebagai fujoshi. Oleh karena itu peneliti menggunakan teori new media dan teori konstruksi identitas, teori ini sangat mendukung dalam penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut ini adalah bagan yang dapat memudahkan peneliti dalam menyederhanakan kerangka pikir peneliti :



Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, ataupun, organisasi khususnya dalam penelitian ini adalah fujoshi.

Dalam penelitian kualitatif, terdapat berbagai macam jenis penelitian yang dapat ditentukan melalui fenomena yang diambil. Jenis penelitian yang peneliti gunakan yakni jenis fenomonologi dengan menggunakan teori new media dan konstruktivis. Jenis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini dipilih karena dalam penelitian ini akan mendeskrisikan suatu obyek kajian dengan memahami inti dari pengalaman suatu fenomena. Dalam penelitian ini penekanan fenomonologi adalah pada pengalaman yang dilakukan oleh para fujoshi yang ada di kalangan korea lovers dalam mengkonstruksi diri mereka pada fenomena fujoshi di *instagram*..

2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Dalam menentukan subyek penelitian agar mendapat informasi yang sesuai dengan penelitian mengenai konstruksi identitas fujoshi di *instagram* ini, maka sasaran peneliti adalah beberapa orang fujoshi yang juga merupakan pecinta korea atau *Korean Lovers* di Surabaya.

Korean Lovers sendiri merupakan sebuah sebutan untuk orang-orang yang menyukai tentang segala sesuatu yang berbau korea, dari musik, film, drama, dan bahkan budayanya. Subyek yang akan dijadikan dalam penelitian ini adalah para fujoshi yang merupakan *Korean Lovers* di Surabaya yang menggunakan jejaring media sosial *instagram*.

b. Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan ilmu komunikasi, bagaimana *korean lovers* ini menunjukkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

identitas diri mereka sebagai fujoshi melalui proses komunikasi di media sosial *instagram*, yaitu kajian komunikasi massa, komunikasi interpersonal, dan komunikasi kelompok. Dalam penelitian ini memiliki obyek yang berasal aktivitas atau bagaimana penggunaan media sosial *instagram* yang dilakukan oleh Korean Lovers yang ada di Surabaya, dari mulai komunikasi verbal dan nonverbal yang dilakukan dalam membentuk identitas fujoshi di media sosial. Dalam penelitian ini akan berfokus bagaimana aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh para pengguna *instagram* ini dalam membentuk identitas mereka sebagai seorang fujoshi atau mereka yang menyukai yaoi (romantisme homo atau pasangan sesama jenis). Selain itu juga bagaimana mereka dalam melakukan komunikasi dengan fujoshi lainnya serta proses mereka dalam mengenali satu sama lain dalam identitas mereka sebagai fujoshi.

c. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan penelitian mengenai fujoshi yang dilakukan dengan para *Korean lovers* yang ada di Kota Surabaya. Untuk memudahkan memasuki setting penelitian, maka peneliti melakukan pendekatan secara pribadi dengan beberapa sampel yang merupakan *korean lovers* yang ada di Surabaya. Lokasi ini dipilih karena bagi peneliti *korean lovers* di Surabaya cukup banyak dan dapat dijangkau oleh peneliti. Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena, populasi *Korean Lovers* di Surabaya saat ini sangat banyak, dapat dilihat dari berbagai event kpop yang sering diadakan di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya dengan jumlah penonton yang sangat banyak. Selain itu juga banyak terdapat komunitas-komunitas pecinta musik kpop yang ada di Surabaya, diantaranya KLOSS (Korean Lovers Surabaya), YG Family Surabaya, ikonic Surabaya, Army Surabaya, Elf Surabaya, dan masih banyak lagi.

3. Jenis dan Sumber Data

Data primer merupakan data utama yang digunakan untuk menjawab dan menganalisis penelitian ini. Data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah berasal dari wawancara dengan informan dalam penelitian ini yang merupakan salah satu yang termasuk dalam subyek penelitian yaitu korean Lovers yang merupakan fujoshi. Sedangkan data sekunder yang digunakan oleh peneliti yaitu dari dokumetasi aktivitas mereka dalam menggunakan *instagram*. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara. Data sekunder tersebut berupa *screen capture* aktivitas fujoshi di media sosial. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik purposive sampling, dimana informan dipilih dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

4. Tahapan Penelitian

a. Tahapan Pra lapangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam melakukan penelitian ini perlu mempertimbangkan etika dalam penelitian lapangan, yang diuraikan sebagai berikut :

1) Membuat Proposal penelitian ini serta melakukan perizinan kepada pihak yang terkait untuk kepentingan penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti rasa tidak memerlukan pengurusan surat perizinan.
2) Memilih lapangan penelitian, dalam hal ini peneliti memilih Korean lovers yang juga seorang fujoshi yang aktif menggunakan *instagram*.
3) Menyiapkan perlengkapan penelitian yang bersifat teknis maupun non teknis.

b. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahapan pekerjaan lapangan ini peneliti melakukan beberapa hal, diantaranya :

1) Melakukan wawancara dengan narasumber untuk mendapatkan data hasil penelitian.
2) Menelaah hasil wawancara dengan teori-teori yang relevan.

c. Penulisan Laporan

Pada tahapan ini setelah peneliti melakukan wawancara dan observasi langsung, peneliti mendapatkan data berupa data primer dan data sekunder. Data tersebut kemudian dipilih dan disaring

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemudian di analisis sehingga bisa untuk menulis laporan hasil penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya :

a. Wawancara Mendalam

Selain itu peneliti dalam penelitian ini melakukan wawancara secara informal yang bersifat meluas santai , dan agar penelitian ini terlihat apa adanya dan semakin terlihat keaslian datanya. Wawancara ini dilakukan oleh peneliti dengan alasan untuk menjadi sumber data utama yang dapat menjelaskan aktivitas mereka (fujoshi) di media sosial.

b. Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumen-dokumen yang peneliti kumpulkan yaitu berupa *screen capture* proses komunikasi korean lovers dalam mengkonstruksikan dirinya sebagai fujoshi melalui aktivitasnya di *instagram*.

6. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan beberapa tahap dalam menganalisis data, yaitu :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Menyusun penelitian hingga menghasilkan hasil dari proses wawancara atau observasi, kemudian menggolongkan dan memilah data –data dari hasil wawancara serta dokumentasi.
b. Selanjutnya semua data yang didapat baik data primer dan sekunder tersebut dikumpulkan dan disusun menjadi satu hingga bisa dianalisis dan memungkinkan untuk penarikan kesimpulan.
c. Setelah analisis dari data-data tersebut, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang sudah tersusun tadi.

Dalam penelitian ini juga menggunakan 2 metode untuk pemeriksaan keabsahan data, yaitu :

a. Teknik perpanjangan waktu, metode ini digunakan ketika hasil penelitian yang berasal dari wawancara dirasa kurang akurat ataupun kurang untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, sehingga memperpanjang waktu penelitian guna keabsahan dan kevalidan data penelitian.
b. Diskusi dengan teman yang faham, diskusi ini dilakukan dengan teman yang paham akan fujoshi dan dunia *korean lovers*. Metode ini juga bermanfaat dalam kevalidan atau keabsahan dalam penelitian ini.

7. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan gambaran dari keseluruhan isi penelitian ini, agar bisa memahami maksud dari penelitian ini. Serta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan susunan permasalahan-permasalahan yang akan dikaji dengan langkah-langkah pembahasan yang tersusun dalam bab-bab sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, kerangka pikir penelitian, dan metode penelitian. Dalam pembahasan metode penelitian membahas tentang pendekatan serta jenis penelitian, subyek penelitian, obyek penelitian, lokasi penelitian, tahapan penelitian, jenis daber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, sistematika pembahasan, dan jadwal penelitian.

BAB II Kajian Teoritis

Pada bab ini membahas tentang kajian pustaka dan kajian teori. Dalam bab ini peneliti menentukan teori apa yang sesuai dengan penelitian ini yaitu teori yang berkaitan dengan konstruksi identitas.

BAB III Penyajian Data

Pada bab ini berisikan deskripsi subyek penelitian, lokasi penelitian, dan deskripsi data hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah.

BAB IV Analisis Data

Pada bab ini anak membahas tentang temuan penelitian dan konfirmasi temuan dengan teori.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V Penutup

Pada bab ini berisikan kesimpulan dari analisis data dari pembahasan dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab II

Kajian Pustaka

A. Kajian Pustaka

1. Konstruksi

a. Pengertian Konstruksi

Istilah konstruksi dalam realitas pertama kali di perkenalkan oleh *Peter L. Berger* dan *Thomas Luckmann* pada tahun 1966 dalam buukunya yang *the social Construction of Reality* : *A Treatise in the Sociological of Knowledge*, mereka menggambarkan konstruksi sebagai suatu proses sosial yang dilakukan melalui tindakan dan interaksi, dimana individu secara terus-menerus menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif. [10]

John Shotter memperluas pemikiran mengenai konstruksi kedalam pokok-pokok bahasan baru, yaitu tanggung jawab dan moralitas. *Shotter* meyakini bahwa suatu pengalaman yang dialami oleh manusia tidak terlepas dari proses komunikasi. Komunikasi yang dilakukan oleh manusia menjadi cara untuk merefleksikan dan membentuk suatu pengalaman mengenai suatu realitas. Komunikasi terjadi dalam pengalaman realitas sosial manusia dilakukan melalui cara-cara dimana manusia berbicara untuk menjelaskan suatu hal yang bersifat sepihak. Dalam proses ini manusia dapat membuat suatu

[10] Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa (kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi, dan kepuasan konsumen serta kritik terhadap Peter L.Burger dan Thomas Luckmann)*, (Jakarta:Kencana Media Group, 2011). hlm 13

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

realitas memiliki arti melalui cara-cara yang sesuai, sehingga dapat dikatakan sebagai seseorang yang kompeten dan bertanggung jawab.[11]

Berdasarkan penjelasan tersebut , dalam ruang lingkup sosial konstruksi secara luas dapat diartikan sebagai suatu proses pembentukan suatu hal yang dilakukan oleh individu dalam kehidupan sosialnya. Realitas yang terjadi di dalam kehidupan sosial terbentuk dari pengalaman-pengalaman individu yang direflesikan dan dibentuk melalui proses komunikasi.

Terdapat tiga macam bentuk dalam konstruktivisme, yaitu radikal, realisme hipotesis, dan konstruktivisme biasa. Yang pertama konstruktivisme radikal, yaitu mengakui apa yang dibentuk oleh pikiran manusia. Bentuk tersebut tidak selalu merupakan representasi dari dunia nyata. Konstruktivisme radika menganggap suatu pengetahuan tidak merefleksikan suatu realitas, namun realitas yang dibentuk oleh pengalaman seseorang. Dalam hal ini pengetahuan merupakan konstruksi yang dilakukan individu yang mengetahui dan tidak tadap dikirim ke individu lain yang pasif. Konstruksi dalam hal ini harus dilakukan sendiri oleh seseorang terhadap pengetahuan tersebut dan yang menjadi sarana terjadinya proses konstruksi adalah lingkungan sekitar.

Kedua, realisme hipotesis. Dalam pandangan ini pengetahuan dalam proses konstruksi adalah sebuah hipotesis dari struktur realitas yang mendekati suatu realitas yang nyata. Ketiga, konstruktivisme

[11] Daryanto, *Teori Komunikasi (*Yogyakarta: Gava Media, 2016*)*, hlm. 259

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

biasa memahami pengetahuan sebagai suatu gambaran realitas yang ada dan pengetahuan tersebut terbentuk dari realitas suatu obyek realitas individu. Dari ketiga yang telah disebutkan, terdapat persamaan dimana konstruktivisme dilihat sebagai suatu proses yang dialami oleh individu, dimana individu melakukan penafsiran dunia realitas yang terjadi karena relasi sosial antara individu dengan lingkungan orang di sekitarnya. Kemudian Individu membangun pengetahuan atas realitas yang dilihat berdasarkan pengetahuan yang mereka dapat sebelumnya.[12]

b. Bahasa Dalam Konstruksi Realitas

Bahasa dalam proses konstruksi adalah sebagai suatu instrumen yang digunakan untuk menceritakan suatu realitas. Bahasa merupakan alat konseptualisasi dan alat narasi. Dalam media massa, selain menjadi untuk menggambarkan suatu realitas, bahasa juga digunakan sebagai alat untuk menentukan gambaran mengenai suatu realitas media yang akan muncul dibenak khalayak. Dalam konstruksi sosial bahasa diakui sebagai model umum penjelasan sosial atau pendirian bahwa masyarakat dan budaya tersusun dalam suatu wacana. Dengan arti lain bahwa bahasa merupakan media utama dalam menggambarkan realitas sosial. Bahasa memiliki fungsi sebagai bentuk ekspresi diri dan media perantara fakta. Fakta-fakta di realitas sosial

[12]Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa (kekuatan pengaruh media massa, iklan televisi, dan kepuasan konsumen serta kritik terhadap Peter L.Burger dan Thomas Luckmann)*, (Jakarta:Kencana Media Group, 2011). hlm 14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diketahu melalui bahasa yang dikomunikasikan melalui media massa. [13]

c. Konstruksi Identitas sosial dan virtual

Identitas merupakan sesuatu yang terdapat dalam diri seseorang yang bukan semata-mata melekat begitu saja pada diri seseorang tersebut, identitas juga merupakan suatu tahapan yang tanpa disadari selalu terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam perspektif interaksional, proses pembentukan identitas terjadi melalui beberapa model tahapan, yaitu :

1) *Induction*, dalam tahapan ini identitas terbentuk dari sudut pandang yang dimiliki oleh individu. Untuk pertama-tama individu menyadari keberadaan dirinya telah tergabung dalam suatu kelompok tertentu. Selain itu individu mulai menyadari dalam relasi sosial, identitas sosial merupakan hal yang penting untuk mengikat dan merepresentasikan anggota-anggotanya. Dalam tahapan ini terdapat proses consensus, yang dimana menentukan berbagai gagasan dan menentukan nilai-nilai yang didapat dar kesepakatan bersama, dimana berfungsi sebagai suatu fondasi dalam membentuk identitas dalam kelompok tersebut.
2) *Deduksi*, model ini menjelaskan bahwa pembentukan identitas merupakan sesuatu yang dibentuk dari kelompok ke dalam

[13] Marsito BM, Konstruksi Realitas dalam (Bahasa) Media*, Jurnal Komunikasi Massa, Vol. 1, No. 1, Juli 2007, hlm. 29*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu, yang ditandai dengan adanya masuknya nilai-nilai dan penggunaan atribut kelompok dalam diri individu.

3) *Multidimensional*, dalam model ini terjadi proses *arbitrary* dimana prosen pembentukan identitas individu tidak diketahui awal mulanya. Dalam model ini terdapat dua orientasi pembentukan identitas seseorang yaitu identitas sosial dan identitas personal. Pembentukan Identitas personal terjadi ketika individu berada dalam sebuah kelompok. Dan proses pembentukan identitas personal akan dilakukan ketika individu menampilkan keunikan yang ada pada dirinya.[14]

Dalam pembentukan identitas virtual atau keberadaan individu di media online, terdapat 2 kondisi yang dapat menggambarkan proses pembentukan identitas seseorang. Yang pertama, untuk melakukan komunikasi dan berinteraksi melalui jaringan internet individu harus melakukan *logging in* yang merupakan prosedur awal yang digunakan individu untuk masuk kedalam media sosial yang mereka miliki. Dalam proses ini individu diharuskan untuk menulis *usernamei* dan *password* yang digunakan atau telah didaftarkan dalam media tersebut. Dalam prosedur ini individu akan mendapatkan halaman khusus yang dapat diakses secara pribadi oleh dirinya atau yang bisa disebut dengan akun (*account).*

[14] Choirul Arif, *Dasar-dasar Kajian Budaya dan Media*, (Surabaya:Cahaya Intan, 2014), hlm 90-91

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yang kedua yaitu, setelah melalui proses *logging in* individu akan masuk kedalam dunia virtual. Dalam proses ini melibatkan keterbukaan individu dalam menjelaskan identitasnya dan mengarahkan individu dalam mengkonstruksikan diri mereka dalam media sosial. Dalam jejaring media sosial individu harus memasukkan informasinya yaitu berupa data diri atau segala sesuatu yang dapat mendeskripsikan idndividu tersebut, yang nantinya dapat dilihat oleh pengguna media sosial yang lain. dari kedua penggambaran proses pembentukan identitas seseorang melalui dunia maya, merupakan penggambaran dari adanya dunia MUD (*Multi User Dungeons*). MUD (*Multi User Dungeons*) merupakan sebuah program komputer yang telah diatur sedemikian rupa baik fitur dan hal-hal didalamnya dan kemudian dapat diakses oleh beragam user dalam waktu yang bersamaan. Saat melakukan aktivitas dalam hal ini pengguna dapat membangun jaringan, membangun pertemanan, dan mengekspresikan perasaannya secara virtual dalam proses komunikasi. Dari proses interaksi virtual ini akan terbentuk *self definition* dan menawarkan *self invention*.

Terdapat tiga elemen dasar yang menjadi kekuatan individu dalam dunia virtual atau maya, yang pertama proses pembentukan identitas secara online atau virtual dan identitas yang terbentuk tidak selalu sama dengan identitasnya di dunia nyata. Kedua, terbentuk hirarki dalam dunia virtual atau maya. Dan ketiga berdasarkan kegiatan dan aktivitas di media sosial tersebut akan ada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi yang dapat menggambarka realita yang hanya berlaku di dunia maya atau virtual tersebut. Dalam pemahaman ini menjelaskan bahwa identitas individu yang terbentu di media sosial dapat dibentuk berdasarkan identitas dia secara nyata atau bahkan berbeda dengan yang ada di dalam kehidupan sehari-hari.[15]

2. Identitas

a. Pengertian Identitas

Identitas merupakan salah satu kata yang sering didengar dalam kehidupan sehari-hari. Dalam memenuhi dan menemukan inti dari identitas diri, seseorang perlu masuk kedalam untuk memahami ke dalam lubuk dirinya yang jauh lebih dalam. Identitas diri seseorang didasarkan pada keunikan karateristik pribadi yang dimiliki oleh seseorang.[16] Identitas merupakan suatu soal anatara persamaan dan perbedaan tentang suatu aspek personal dan sosial, tentang kesamaan individu dengan orang lain.[17] Identitas diartikan sebagai suatu gambaran individu terhadap konsep diri sebagai hasil dari hubungan budaya dan hubungan sosial yang terbentuk dari keanggotaan, hubungan interpersonal, dan merupakan bentuk dari refleksi konsep diri.[18]

---

[15] Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber, (*Jakarta:Kencana Media Group, 2012), hlm 126-129

[16] Ruth Tiffany BarnHouse, *Identitas Wanita Bagaimana Mengenal dan Membentuk Citra Diri* (Yogyakarta: Kanisius, 1988) , hlm 11

[17] Chris Barker, *Cultural Studies Teori dan Praktik* (Yogyakarta:Kreasi Wacana, 2004), hlm 172

[18] Advan Navis Zubaidi, *Ruang Publik dalam Media Baru (www.kaskus.us)*. (Surabaya: UINSA, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 2, Oktober 2011)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemahaman identitas dalam hubungan antar manusia yang dimana manusia memahami diri dan lingkungannya, dalam proses pemahaman identitas ini akan lebih terlihat dimana pada proses ini manusia membuat sesuatu menjadi identik, mengakui keberadaan dari sesuatu yang dilihat, diketahui, dan digambarkan dari sesuatu yang kita yakini, menghubungkan sesuatu yang lebih dekat (mengidentifikasi pikiran seseorang dengan pemahaman yang mempengaruhi dia), mengidentifikasi untuk menerangkan rincian aspek-aspek psikologis seseorang dan membandingkannya dengan aspek-aspek psikologis yang dimiliki orang lain. memberikan atau melakukan pertukaran pesan pikiran, perasaan, masalah, dan rasa simpatik. Dalam berhubungan dengan antarmanusia, Identitas merupakan suatu hal yang dipahami sebagai suatu cara yang digunakan untuk mengidentifikasi sesuatu yang telah dilihat, didengar, diketahui dan digambarkan seseorang. Dalam hal ini identifikasi dilakukan dalam melihat ciri karakteristik fisik dan pikiran seseorang.[19]

b. Jenis-jenis Identitas Dalam Media Online

Penggunaan media teknologi komunikasi di sosial media saat ini sering digunakan dalam kehidupan seseorang, salah satunya digunakan untuk menampakkan identitas diri mereka. Media sosial atau jejaring sosial memberikan keuntungan bagi mereka dalam memperkenalkan diri mereka dengan peran dan identitas yang beragam, dimana terdapat pengguna yang melihat segala sesuatu yang

[19] Choirul Arif, *Dasar-dasar Kajian Budaya dan Media*, (Surabaya:Cahaya Intan, 2014), hlm 82

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ada di media online dalam sudut pandang yang berbeda-beda. Model komunikasi online atau yang dilakukan di dunia maya sangat berbeda dengan komunikasi tatap muka. Dalam komunikasi interpersonal langsung, seseorang tidak hanya berkomunikasi melalui kata perkata, tetapi juga melalui penampilan kita. Dalam media online terdapat 3 jenis identitas, yaitu :

1) *Anonymity*

Sekalipun dalam dunia nyata seorang pengguna internet memiliki status sosial yang cukup terhormat atau bentuk fisik yang bagus, tetapi ketika mereka masuk di media online, tetap ada keinginan untuk merubah identitas dalam bentuk yang berbeda. Perubahan yang total disebut *anonymity*, perubahan identitas yang benar-benar berbeda dengan identitas sebenarnya di kehidupan. Aninimitas dalam media baru dipandang oleh sebagian orang sebagai sesuatu yang menguntungkan, tetapi ada juga yang memandang sebaliknya.

2) *Real Life Identity*

Jenis identitas yang kedua adalah bagaimana identitas pengguna dalam media, ditampikan sebagai sesuai dengan identitas sesuai dengan identitas yang sebenarnya dalam kehidupan nyata.

3) *Pseudonymity*

Jenis identitas yang yang ketiga ini adalah kombinasi dari kedua jenis diatas. Sebagian yang ditampilkan sesuai dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

identitas yang ditampilkan sesuai dengan identitas penggunaan di dunia nyata. *Haya Bechar –Israeli* (1995) melalui penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pengguna identitas ini merefleksikan identitas mereka yang sebenarnya secara samar melalui nama kecil yang digunakan (*nickname*). Beberapa penggunaan nickname sedikit banyak merefleksikan identitas yang sebenarnya, dapat digambarkan melalui beberapa hal, yaitu antara lain karakter pemiliknya, profesi, atau tampilan fisik.[20]

3. Fujoshi

Di jepang ada sebutan untuk para perempuan penggemar manga BL. Yang serupa dengan kriteria ini, yaitu fujoshi. Arti kata fujoshi adalah *rotten lady* atau perempuan busuk. Awalnya fujoshi memiliki konotasi negatif yaitu perempuan busuk yang menyukai sesuatu yang diluar kebiasaan normal seperti percintaan antara dua lelaki cantik. [21] adapun pengertian lain dari fujoshi adalah sebuah sebutan untuk perempuan penggemar yaoi. Yaoi merupakan singkatan dari tiga frase yakni, *yama nashi, ochi nashi,* dan *imi ashi* yang berarti "tanpa klimaks, tanpa penyelesaian, tanpa makna" yang biasanya digambarkan dengan minim strukrut naratif, yang merupakan ciri khas manga. Yaoi dicirikan dengan materi subyek utamanya yakni homoerotis dan romantisme homoseksual antara dua laki-laki (atau lebih) dengan karakter khusus seperti anak

[20] Advan Navis Zubaidi, *Ruang Publik dalam Media Baru (www.kaskus.us)*. (Surabaya: UINSA, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 2, Oktober 2011)
[21]Putri Andam Dewi. *Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia,* Jurnal Lingua Cultura, Vol.6 No.2 (November 2012), hal 174.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekolahan dari sekolah negeri khas Eropa, atau kurus, lelaki muda berotot dengan tubuh proposional, berambut panjang dengan wajah feminim.[22]

Dalam lingkungan fujoshi terdapat sebutan untuk dua laki-laki yang melakukan kisah romantisme tersebut, yaitu uke dan seme. Seme (penyerang) dan uke (penerima), yang berarti dalam arti sesungguhnya seme berperan sebagai laki-laki dan uke berperan sebagai perempuan. Dalam kalangan umum fujoshi memiliki anggapan negatif karena kesukaannya yang tidak sesuai dengan kehidupan sehari-hari, sehingga banyak yang menutup diri dan tidak mengungkapkan bahwa mereka adalah seorang fujoshi. Namun masih banyak yang masih secara terang-terangan dan bangga menyebut dirinya sebagai fujoshi di sosial media.

4. Internet dan Instagram

a. Pengertian Internet

Internet (*inter-network*) merupakan sebuah sebutan yang ditujukan untuk sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan suatu situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan.

Internet merupakan suatu jaringan komputer dunia yang mengembangkan ARPANET, suatu sistem komunikasi yang terkait dengan pertahanan- pertahanan yang dikembangkan pada tahun 1960-an. Internet berkembang secara fenomenal, baik dari segi jumlah *host computer* (komputer induk) maupun dari segi jumlah penggunaanya.

[22]Septia Winduwati. *fujoshi Remaja dan Kenikmatan Bermedia Yaoi (Studi Kasus pada Remaja Putri Penggemar Fiksi Romantis Homoerotis Jepang), hal 5-6.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor utama yang menjadi peran dalam pesatnya perkembangan internet adalah potensi *e-commerce*, atau transaksi jual beli melalui internet. Internet memberikan kemudahan untuk hampir semua orang di belahan dunia manapun dalam berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Media massa tradisional pada dasarnya menawarkan model komunikasi "satu-untuk-banyak", sedangkan internet memberikan model tambahan yaitu "banyak-untuk-satu" (e-mail dengan satu alamat sentral, banyaknya penggunaan yang berinteraksi dengan satu website) dan "banyak-untuk-banya" (e-mail, milis, dan kelompok-kelompok baru). Internet memberikan kekuatan yang besar bagi anggota audien perorangan, yang dapat menemukan informasi-informasi yang sebelumnya tidak tersedia dan melakukan kontrol terhadap pesan-pesan yang akan terekspos padanya.[23]

b. Pengertian Instagram

Instagram merupakan salah satu dari bentuk perkembangan dari media *online*. Media Online sendiri merupakan suatu media yang ditampilkan secara online di internet. Media online secara umum memiliki pengertian yaitu segala jenis media yang hanya dapat diakses melalui internet, didalam media tersebut berisikan teks, foto, video, dan suara. Media online dapat dipahami sebagai suatu sarana komunikasi secara online. Sedangkan secara khusus terkait dengan komunikasi massa, media adalah singkatan dari media komunikasi

[23] Warner j severin ,Teor komunikasii sejarah metode dan terapan di dalam media massa hal 443-445

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan perioditas.[24]

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.

c. Fitur-fitur yang ada di Instagram

Di dalam aplikasi *instagram* terdapat fitur-fitur yang dapat digunakan, diantaranya sebagai berikut :

1) Pengikut, Sistem sosial di dalam *Instagram* adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut

[24] M Romli, Asep Syamsul. *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung:Nuansa Cendikia, 2012), hlm 34.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam *Instagram*, dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan *Instagram* melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

2) Mengunggah foto, Kegunaan utama dari *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera ataupun foto-foto yang ada di album foto.
3) Kamera, Foto yang telah diambil melalui aplikasi *Instagram* dapat disimpan di dalam iDevice tersebut. Penggunaan kamera melalui *Instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera tilt-shift yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam *Instagram*, foto tersebut juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna.
4) Efek foto, sebelum membagikan foto atau video di *instagram*, para pengguna dapat memberikan efek-efek pada foto atau video tersebut. Efek-efek yang digunakan sudah terdapat dalam aplikasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

instagram. Setelah itu memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna.

5) Arroba, *Instagram* juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyebut pengguna lainnya dengan manambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun *Instagram* dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyebut pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya hal itu dilakukan dengan maksud untuk dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya.
6) DM atau *Direct Massage* di Instagram, merupakan fitur yang dapat digunakan untuk mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna instagram yang lain. dalam fitur ini juga dapat digunakan untuk membentuk suatu grup bagi para penggunanya untuk dapat berkomunikasi dengan orang banyak sekaligus.

Instagram sangat fokus pada tujuannya untuk menjadi mediator komunikasi melalui gambar atau foto. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat memaksimalkan fitur kamera pada *gadget*nya dengan maksimal.Pengguna hanya tinggal melakukan pemotretan, melakukan koneksi dengan aplikasi ini dan mengedit bila perlu untuk kemudian di*upload* ke server *Instagram*. Foto yang telah dibagikan akan otomatis di *share* kepada *followers* sekaligus server pusat. Setiap orang dapat ”berkomunikasi” dengan foto. Ini adalah bentuk komunikasi yang baru dimana komunikasi tidak lagi berupa verbal tapi juga dalam bentuk gambar. Komunikasi di era *cyber*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan komunikasi yang berdasar pada pemaknaan interpretative orang-orang terhadap simbol-simbol yang berkeliaran didalamnya.

5. Komunikasi

Komunikasi merupakan sesuatu yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia, hal ini dikarenakan komunikasi yang merpakan suatu bagian dari integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia dan masyarakat. Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Presentase proses komunikasi dalam kehidupan manusia sangat besar, berkisar antara 75% hingga 90% dari jumla waktu kegiatan. Waktu yang digunakan dalam suatu proses komunikasi tersebut terbagi dalam beberapa presentasi kegiatan yang dilakukan oleh manusia, yaitu 5% untuk menulis 10% untuk membaca, 35% untuk berbicara dan 50% untuk mendengar.

Pengertian dari komunikasi sendiri adalah suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan melalui suatu saluran tertentu.[25] Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran berita dan pesan dan sebagai sebuah kegiatan individu dan kelompok mengenai proses tukar menukar data dan fakta. Dalam komunikasi terdapat komunikasi verbal dan nonverbal.

[25] Tommy Suprapto, "Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi", (Jakarta:Mediapress, 2009) , hlm 1-3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunikasi Verbal adalah proses penyampaian pikiran, pesan atau perasaan seseorang kepada orang lain yang dilakukan dengan menggunakan simbol yang menggunakan satu kata maupun lebih sebagai medianya. Jenis komunikasi verbal antara lain yaitu berbicara , menulis, mendengarkan, membaca, dan membaca. Komunikasi nonverbal adalah Komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi di mana pesan disampaikan tidak menggunakan kata-kata. Contoh komunikasi nonverbal ialah menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan obyek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara.

6. Kelompok Sosial Masyarakat Maya

a. Kelompok sosial

Dalam kehidupan manusia, kebutuhan untuk hidup berkelompok merupakan sebuah naluri sejak ia dilahirkan. Naluri ini mendorong seseorang untuk selalu menyatukan hidupnya dengan orang lain dalam suatu kelompok baik kedalam kelompok yang lebih besar dalam kehidupan manusia lain yang ada disekelilingnya bahkan mendorong manusia untuk menyatu dengan alam fisiknya. Dalam memenuhi naluriah manusia ini, setiap manusia melakukan proses adaptasi atau proses keterlibatan dengan orang lain dan lingkungannya. Adaptasi dengan kedua lingkungan tadi (manusia dan alam disekitarnya) melahirkan suatu kelompok sosial. Kelompok sosial dapat dibagi menjadi beberapa karakter penting.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

TABEL 1

TIPE KELOMPOK SOSIAL

Kelompok	Sekunder	primer
Formal	A	B
Informal	C	D

Ada empat kelompok sosial yang dapat dibagi berdasarkan struktur masing-masing kelompok tersebut.

Pertama, Kelompok Formal-Sekunder (A) adalah kelompok sosial yang umumnya bersifat sekunder, bersifat formal, memiliki aturan dan struktur yang tegas, serta dibentuk berdasarkan tujuan-tujuan yang jelas pula. Kelompok sosial formal-sekunder ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1) Adanya kesadaran anggota bahwa ia adalah bagian dari kelompok yang bersangkutan.
2) Setiap anggota memiliki hubungan timbal balik dengan anggota lainnya dan bersedia melakukan hubungan fungsional diantara mereka.
3) Setiap anggota kelompok menyadari memiliki faktor-faktor kebersamaan diantara mereka, yaitu kepentingan bersama, nasib yang sama, tujuan yang sama, ideologi yang sama,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

primordialisme, memiliki ancaman yang sama, termasuk juga memiliki harapan-harapan yang sama.

4) Kelompok sosial ini memiliki struktur yang jelas dan tegas, termasuk juga prosedur suksesi dan kaderisasi.
5) Memiliki aturan formal yang mengikat setiap anggota kelompok dalam struktur yang ada termasuk juga mengatur mekanisme struktur dan sebagainya.
6) Anggota dalam kelompok sosial ini memiliki pola dan pedoman perilaku sebagaimana diatur oleh kelompok secara umum.
7) Kelompok sosial ini memiliki sistem kerja yang berpola, berstruktur, dan berproses dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok.
8) Kelompok sosial formal-sekunder memiliki kekuatan mempertahankan diri, mengubah diri (adaptasi), rehabilitasi diri, serta kemampuan menyerang kelompok lain.
9) Kelompok sosial formal-sekunder ini memiliki masa hidup yang dikendalikan oleh faktor-faktor internal dan eksternal.

Kedua, Kelompok Formal-Primer (B), adalah kelompok sosial yang umumnya bersifat formal namun keberadaannya bersifat primer. Kelompok ini tidak memiliki aturan yang jelas, walaupun tidak dijalankan secara tegas. Kelompok ini terbentuk didasarkan tujuan-tujuan yang jelas ataupun abstrak. Contoh dari kelompok ini ini adalah keluarga inti, kelompok kekerabatan, dan kelompok primordial. Secara umum kelompok

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini memiliki sifat yang sama seperti dimiliki kelompok formal sekunder, yaitu setiap anggota memiliki kesadaran bahwa ia bagian dari kelompok tersebut, setiap anggota memiliki hubungan timbal balik dan bersedia melakukan hubungan fungsional berdasarkan kepentingan di antara mereka, setiap anggota menyadari memiliki faktor kebersamaan yang mendorong kohesifitas kelompok. Namun faktor utama adalah adanya hubungan darah dan perkawinan yang terjadi diantara mereka. Kelompok formal-primer memiliki struktur yang jelas dan tegas bersifat kekal selama kelompok tersebut masih ada, memiliki aturan yang mengikat setiap anggoa, anggota dan kelompok formal-primer memiliki pola dan pedoman perilaku sebagaimana diatur oleh kelompok secara bersama-sana, kelompok sosial primer-formal yang berada diperkotaan memiliki sistem kerja yang berpola berstruktur dan dan berproses dalam mencapai tujuan-tujuan kelompok. Dan dalam kelompok sosial formal-primer khususnya keluarga inti memiliki masa hidup yang dikendalikan.

Ketiga, Kelompok informal-sekunder (C), adalah kelompok sosial yang yang umumnya informal namun keberadaannya bersifat sekunder. Kelompok ini bersifat tidak mengikat, tidak memiliki aturan, dan struktur yang tegas serta dibentuk berdasarkan sesaat dan tidak mengikat bahkan dapat terbentuk walaupun memiliki tujuan yang kurang jelas. Contoh kelompok ini adalah kelompok anak muda (geng), kelompok percintaan (pacaran) dan semacamnya.

Ke empat, Kelompok informal-primer (D), adalah kelompok sosial yang terbentuk dari meleburnya sifat-sifat kelompok sosial formal-primer

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau disebabkan karena pembentukan sifat-sifat diluar kelompok formal-primer yang tidak dapat ditampung oleh kelompok formal-primer. Kelompok ini juga merupakan bentuk lain kelompok informal-sekunder terutama menonjol di hubungan mereka yang sangat pribadi dan mendalam.

Pada umumnya kelompok sosial diatas merupakan kelompok sosial yang teratur, yang berarti mudah diamati dan memiliki struktur yang relatif jelas. Adapula kelompok sosial yang tidak teratur, yang dimana sulit untuk diamati strukturnya dan sifatnya sementara seperti kerumunan dan publik. Kerumunan (*crowd*) merupakan kelompok manusia yang terbentuk secara kebetula, tiba-tiba dalam suatu tempat dan waktu yang sama karena kebetulan karena kebetulan memiliki pusat perhatian yang sama.

Dalam suatu kelompok, masing-masing anggota saling berkomunikasi, saling berinteraksi, saling mempengaruhi dan dipengaruhi satu dengan lainnya. Pergaulan dalam kelompok mempengaruhi dan menghasilkan kebiasaan-kebiasaan bagi anggota kelompok, kebiasaan itu menciptakan pola perilaku yang dilakukan terus-menerus.[26]

b. Masyarakat Maya (*Cybercommunity*)

Budaya siber atau *cyberculture* di populerkan oleh gibson yang diartikannya sebagai sebuah nilai atau partik sosial yang berlaku dan saling ditukarkan dalah hubungan antar sesama manusia baik sebagai individu maupun anggota masyarakat. Budaya merupakan suatu nilai

[26] Burhan Bungin, " *Sosiologi Komunikasi (teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di Masyarakat)*", (Jakarta:Kencana Media Group, 2006). Hal 43-48

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang muncul akibat adanya interaksi yang dilakukan ole manusia disuatu wilayah tertentu. Budaya inilah yang menjadi jalannya bagi proses komunikasi antar manusia yang berada didalamnya. [27]

Dalam komunitas manusia saat ini terdapat dua kehidupan komunitas masyaraka, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*). Masyarakat nyata adalah kehidupan masyarakat yang secara nyata dapat dilihat oleh panca indra, dimana hubungan-hubungan sosial sesama anggota masyarakat masyarakat dibangun melalui penginderaan. Kehidupan masyarakat dapat disaksikan sebagaimana adanya. Sedangkan kehidupan masyarakat maya adalah sebuah kehidupan masyarakat yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai suatu realitas. Dengan adanya kemajuan teknologi dalam kehidupan manusia, khususnya dalam hal kemanjuan teknologi infomasi membuka ruang kehidupan manusia semakin luas semakin tanpa batas dengan indikasi manusia sebagai penguasa. Kemajuan teknologi ini telah mengubah dunia maya yang terdiri dari berbagai macam gelombang magnetik dan gelombang radio, serta sifat kematerian yang belum ditemukan manusia, sebagai ruang kehidupan baru yang sangat prospektif bagi aktivitas manusia yang memiliki nilai efisiensi yang tinggi.

[27] Rulli Nasrullah, " Komunikasi Antar Budaya di era budaya siber" (Jakarta: Prenadamedia group, 2014), hlm 17-18

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Masyarakat maya adalah sebuah fantasi manusia tentang dunia lain yang lebih maju dari dunia saat ini. Masyarakat maya dalam kehidupannya menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan di dalam segi-segi kehidupan maya. Seperti membangun interkaksi sosial dan kehidupan kelompok, membangun stratifikasi sosial, membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan, wewenang, dan kepemimpinan, membangun sistem kejahatan, dan kontrol-kontrol sosial, dan sebagainya.

B. Kajian Teori

1. Teori media baru

Media baru adalah berbagai media perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama, yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi . kebutuhan aktual dipuaskan oleh media yang disebut *media gratifications*. Sejumlah peneliti mengklarifikasikan berbagai penggunaan dan kepuasan dalam empat kategori sistem : *cognition* (pengetahuan), *diversion* (hiburan), *social utility* (kepentingan sosial), dan pelarian.[28]

Konsep media baru dapat diartikan secara sederhana sebagai suatu media interaktif yang menggunakan perangkat dasar komputer. Seperti yang diungkapkan oleh *Croteau* bahwa media baru yang muncul akibat

[28] Arisai Olga Hakase Pasaribu. *Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Media Instagram di Kota Medan.* Hlm 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, *satellites*, teknologi *optic fiber* dan komputer. MCQuail membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori. Pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, *handphone*, *e-mail*. Kedua, media bermain interaktif seperti komputer, *video game*, dan permainan dalam internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal/ *search engine*. Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman, dan menjalin melalui komputer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.

McQuail melihat bahwa permasalahan utama dalam teori tentang media baru yang tentu saja berbeda dengan teori media (lama) yang ada selama ini berkutat pada tigal. Pertama, *power and inequality*, sangatlah sulit untuk menempatkan media baru dalam hubungannya dengan kepemilikan dan kekuasaan dimana isi dan arus informasi dikontrol. Kedua, *social integration* dan *identity*, media baru dianggap kohesivitas sosial yang ada di dalam masyarakat karena dianggap terlalu individualistik dan bisa menembus batas ruang dan waktu sekaligus budaya. Ketiga, *social change*, media baru dianggap agen perubahan sosial sekaligus agen perubahan ekonomi yang terencana dimana tidak adanya kontrol pesan baik dari pemberi maupun penerima pesan sangat mungkin terjadi. McQuail melihat munculnya pola arus informasi baru yang muncul setelah media baru hadir.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Model ini diambil dari ahli telekomunikasi Belanda, J.L Bordowejk dan B. Van Kaam yang menggunakan empat pola dasar komunikasi yang saling berkaitan. Pertama, *allucalation*, informasi didistribusikan dari pusat secara simultan kepada beberapa periferi. Kedua, *conversation*, individu berinteraksi dengan individu lain dengan memilih partner, topik pembicaraan, waktu dan tempat komunikasi sesuai dengan keinginannya. Ketiga, *consultation*, merujuk pada variasi situasi komunikasi yang berbeda dimana individu mencari informasi melalui sumber informasi yang dia inginkan. Keempat, *registration*, dimana setiap individu ditempatkan dalam sebuah sistem dimana pusat lebih mempunyai kontrol terhadap individu yang berada pada periferi untuk menentukan isi dari lalulintas komunikasi. Keempat pola diatas saling melengkapi sekaligus saling tumpang tindih satu sama lain.[29]

Gagasan mengenai era media kedua telah dikembangkan sejak tahun 1980-an hingga saat ini, hal itu menandai perubahan yang penting dalam teori media. Hal ini melebarkan konsep media dari komunikasi massa hingga berbagai media yang berkisar dari jangkauan yang sangat luas hingga yang sangat pribadi. Konsep tersebut menarik perhatian kepada pada bentuk-bentuk penggunaan media yang baru yang dapat berkisar dari informasi individu dan kepemilikan pengetahuan dan interaksi. Dalam era media pertama digambarkan oleh sentralisasi produksi (satu menjadi banyak), komunikasi satu arah, kendali situasi, reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media, auidens massa

[29] Novi Kurnia. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru : Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*,Jurnal Mediator, Vol.6 No.5 (Desember 2005), hal 292-295

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang terpecah, dan pembentukan kesadaran sosial. Sedangkan dalam era kedua digambarkan sebagai desentralisasi, komunikasi dua arah, diluar kendali situasi, demokratisasi, mengangkat kesadaran individu, dan orientasi individu. Terdapat dua pandangan yang dominan terhadap dua era media pertama dengan penekanannya pada penyiaran, dan era media kedua pada jaringan. Kedua pandangan tersebut adalah Pendekatan interaksi sosial dan pendekatan integrasi sosial.

Pendekatan interaksi sosial membedakan media media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka yang dilakukan. Bentuk media yang lebih lama dikatakan lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi adanya proses interaksi. Sebaliknya media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi. Pendukung pandangan ini adalah *Pierre Levy* yang menulis buku berjudul *Cyberculture. Levy* memandang *world wide web* sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas. Media baru memberikan penggunaan yang terbuka dan fleksibel, tetapi dapat juga menyebabkan terjadinya kebingungan, dan kekacauan. Media baru memberikan pilihan yang sangat luas, tetapi pilihan tidak selalu tepat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ketika kita membutuhkan panduan dan susunan. Perbedaan adalah salah satu nilai besar dalam media baru, tetapi perbedaan juga menyebabkan adanya perpecahan dan perpisahan.

Pendekatan integrasi sosial menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebaran, tetapi dalam bentuk ritual, yaitu bagaimana manusia mengguakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara utuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki. Hal tersebut terjadi dengan menggunakan media sebagai sebuah ritual bersama yang mungkin atau tidak mungkin menggunakan interaksi yang sebenarnya.[30]

2. Teori konstruktivisme realitas dan diri

Teori identitas kontemporer menyatakan, bahwa tidak ada kategori identitas yang berada diluar konstruksi sosial oleh budaya yang lebih besar. Kita mendapat sebagian besar identitas kita dari konstruksi yang ditawarkan dari berbagai kelompok sosial dimana kita menjadi bagian didalamnya seperti keluarga, komunitas, subkelompok budaya, dan berbagai ideologi yang berpengaruh. Tidak peduli apakah hanya terdapat satu dimensi atau beberapa dimensi identitas gender, kelas sosial, ras, jenis kelamin maka identitas itu dijalankan atau dilaksanakan menurut atau berlawanan dengan norma-norma dan harapan terhadap identitas yang bersangkutan. Hal ini menunjukkan bahwa identitas kita adalah

[30] Stephen W. Littke John, Karen A. Foss, *Teori Komunikasi (*Jakarta: Salemba Humanika, 2014*)*, hlm. 413-415

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

selalu berada dalam "proses untuk menjadi" (*the process of becoming*) yaitu ketika kita memberikan tanggapan terhadap konteks dan situasi yang mengelilingi kita. *Mendoza-Halualani* mengemukakan "*identity politics now is seen as a effort to set identities ' in motion'*" politik identitas sekarang dipandang sebagai suatu upaya untuk menentukan identitas dalam gerak. Identitas merupakan suatu tindakan yang selalu berubah setiap saat.[31]

Dalam istilah konstruksi realitas yang di perkenalkan oleh *Peter L. Berger* dan *Thomas Luckmann* pada tahun 1966 melalui bukunya *the social Construction of Reality* : *A Treatise in the Sociological of Knowledge*, mereka menggambarkan proses sosial yang dimana dilakukan melalui tindakan dan interaksinya, dimana individu secara instens menciptakan suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif.

Paradigma konstruktivis melihat bagaimana suatu realitas sosial dikonstruksikan. Fenomena sosial dipahami sebagai suatu realitas yang telah di konstruksikan. Konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi, dengan cara apa konstruksi tersebut dibentuk. Dalam hal ini komunikasi dilihat sebagai faktor konstruksi itu sendiri.[32]

---

[31] Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa (*Jakarta: Pranadamedia, 2014*)*, hlm. 130
[32] Yearry Panji Setianto " Komunikasi dan Konstruksi sosial atas Realitas" dalam https://yearrypanji.wordpress.com/2008/06/04/komunikasi-dan-konstruksi-sosial-atas-realitas/, di akses pada tanggal 03 januari 2018 pukul 10.07

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Alferd Schutz mengungkapkan Konsep konstruksi sosial mengenail realitas sebagai " sebuah realitas kehidupan sehari-hari bukan semata-mata realitas pribadi, tetapi berawal dari hubungan antar subyek yang dibagi, dialami, dan diartikan diantara teman-teman saya ". Dalam situasi biografis yang unik, dimana seseorang menemukan dirinya dalam realitas pada suatu saat tertentu dari eksistensi, hanyalah bagian yang sangat kecil dari realitas yang dibentuk secara bersama-sama melalui hubungan dengan orang lain. Dengan dukungan aliran interaksi simbolis dan landasan yang dibentuk oleh *Schutz*, Berger, dari Luckman pendekatan konstruksi sosial realitas telah menjadi gagasan penting dan populer dalam ilmu sosial. Menurut Gergen, gerakan ini memusatkan perhatiannya pada proses dimana para individu menanggapi kejadian yang terjadi disekitarnya berdasarkan pengalaman mereka. Ada empat asumsi yang mendasari pemikiran tersebut, yaitu :

a. Suatu kejadian (realitas) tidak hadir dengan sendirinya secara obyektif, tetapi diketahui atau dipahami melalui pengalaman yang dipengaruhi oleh bahasa.
b. Realitas dipahami melalui kategori-kategori bahasa secara situasional yang tumbuh dari interaksi didalam suatu kelompok pada saat dan tempat tertentu.
c. Bagaimana suatu realitas dapat dipahami, ditentukan oleh konvensi-konvensi komunikasi yang dilakukan pada saat itu. Oleh karenanya, stabil tidaknya pengetahuan lebih tergantung pada variasi kehidupan sosial daripada realitas obyektif diluar pengalaman.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Pemahaman-pemahaman terhadap realitas yang tersusun secara sosial membentuk banyak aspek-aspek penting lain dari kehidupan. Bagaimana kita berpikir dan berperilaku dalam kehidupan shari-hari pada dasarnya merupakan persoalan bagaimana kita memahami realitas kita.

Di antara ilmuwan sosial kontemporer yang menempatkan asumsi-asumsi kontruksionis sebagai dasar kajian adalah *Rom Harr. Rom Harre* mengembangkan suatu teori mengenai diri (*self*) yang sesungguhnya merupakan suatu produk dan hal memunculkan adanya komunikasi. Dalam hal ini Interaksi simbolis menekankan arti penting tentang diri (*self*). Sebagaimana halnya pengalaman, diri juga disusun oleh suatu teori personal, yaitu bahwa individu belajar untuk memahami dirinya sendiri melalui satu atau sekelompok teori yang mengkonsepsikan siapakah "diri" individu tersebut. *Herre* menjelaskan tentang *self* sebagai "apa saja yang tampak oleh kita sebagai struktur yang terkait erat dengan keberadaan diri kita , saya yakin bersumber pada teori-teori yang berlaku dalam masyarakat". *Herre* membedakan orang dari "*self*". Orang adalah makhluk kasat mata dengan semua atribut dan sifat-sifat seperti yang terdapat dalam suatu budaya atau kelompok sosial tertentu. Sedangkan diri adalah pemahaman pribadi seseorang mengenai keberadaanya sebagai seseorang. Teori tentang diri dipelajari melalui interaksi dengan orang lain. Konsep diri dari seperangkat elemen dapat dipandang dalam tiga dimensi, yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Display, yaitu bagaimana suatu aspek diri dapat dilihat dapat dilihat oleh orang lain atau tetap tersimpan secara pribadi.

b. Realisasi atau sumber, dimensi ini mencakup tingkatan dimana beberapa bentuk diri dianggap muncul dari dalam individu, disamping itu tumbuh dari suatu kelompok. Elemen-elemen yang dianggap muncul dari dalam diri seseorang adalah kenyataan individual (*individual realized*), sementara elemen yang tumbuh dari hubungan sosial suatu kelompok adalah kenyataan kolektif.

c. *Agency*, yaitu tingkatan kekuatan aktif yang terdapat pada diri.

Meskipun setiap orang memiliki teori yang berbeda mengenai diri, semua teori mengenai diri mempunyai tiga elemen yang sama. Pertama, semuanya mengandung kesadaran diri. Kedua *agency* yang mengacu pada kekuatan yang menggerakakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Elemen ketiga, disebut sebagai "*authobiography*" atau identitas seseorang yang memiliki sejarah dan masa depan.[33]

[33] Daryanto, *Teori Komunikasi (*Yogyakarta: Gava Media, 2016*)*, hlm. 253-258

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

Penyajian Data

A. Deskripsi Subyek , Obyek, dan Lokasi Penelitian

Berikut adalah pendeskripsian dari subyek, obyek, dan lokasi dalam penelitian ini.

1. Deskripsi Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Dalam menentukan subyek penelitian agar mendapat informasi yang sesuai dengan penelitian mengenai konstruksi identitas fujoshi di *instagram* ini, maka sasaran peneliti adalah beberapa orang fujoshi yang juga merupakan pecinta korea atau *Korean Lovers* di Surabaya.

Korean Lovers sendiri merupakan sebuah sebutan untuk orang-orang yang menyukai tentang segala sesuatu yang berbau korea, dari musik, film, drama, dan bahkan budayanya.

Subyek yang akan dijadikan dalam penelitian ini adalah para fujoshi yang merupakan *Korean Lovers* di Surabaya yang menggunakan jejaring media sosial *instagram*. Adapun profil informan atau pihak-pihak yang menjadi informan dalam penelitian ini, diantaranya :

a. Informan I

Nama : Alvinna

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 17 tahun

Alvinna merupakan siswa kelas 12 disalah satu sekolah menengah atas di Surabaya. Dia menggunakan *instagram* dengan akun yang bernama alvinnaxxi dan satu akun palsu yang dibeeri nama blueattack14 . Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena dia sudah pengalaman menggunakan *instagram* dengan dibuktikan, penggunaan *instagram* dengan beberapa akun yang digunakan dia dalam kegiatan fujoshi, sehingga peneliti dapat mudah menggali informasi tentang bagaimana konstruksi identitas seorang fujoshi di media sosial *instagram*.

b. Informan II

Nama : Vivi

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 17 tahun

Vivi merupakan siswa kelas 12 disalah satu sekolah menengah atas di Surabaya. Dia menggunakan *instagram* dengan akun yang bernama viviressa24. Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena sama dengan informan pertama dia adalah seorang fujoshi yang aktif menggunakan *instagram*, namun dia hanya menggunakan satu akun saja , yang juga akun *instagram* pribadinya dalam kegiatan fujoshi.

c. Informan III

Nama : Devina

Jenis Kelamin : Perempuan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Usia : 25 Tahun

Devina merupakan salah satu pengurus fanbase Boygroup korea BTS yaitu Army Surabaya. Dia menggunakan *instagram* dengan akun bernama devinn_adizty. Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena sama halnya dengan informan pertama dan kedua, namun untuk informan ketiga dia merupakan fujoshi yang aktif dan secara terang-terangan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan fujoshi di *Instagram*.

d. Informan IV

Nama : Intania

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 17 tahun

Intania merupakan siswa kelas 12 disalah satu sekolah menengah atas di Surabaya. Dia menggunakan *instagram* dengan akun yang bernama ifr1310 dan satu akun palsu yang dibeeri nama keikurooo . Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena dia sudah pengalaman menggunakan *instagram* dengan dibuktikan, penggunaan *instagram* dengan beberapa akun yang digunakan dia dalam kegiatan fujoshi, sehingga peneliti dapat mudah menggali informasi tentang bagaimana konstruksi identitas seorang fujoshi di media sosial *instagram*.

e. Informan V

Nama :Tsara

Jenis Kelamin : Perempuan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Usia : 19 tahun

Tsara merupakan salah satu anggota dari fanbase Boygroup korea BTS yaitu Army Surabaya. Dia menggunakan *instagram* dengan akun yang bernama kimrara98. Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena dia adalah seorang fujoshi yang aktif menggunakan *instagram*, namun dia hanya menggunakan satu akun saja , yang juga akun *instagram* pribadinya dalam kegiatan fujoshi.

f. Informan VI

Nama : Sada Audri

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 19 tahun

Sada merupakan salah satu anggota dari fanbase Boygroup korea BTS yaitu Army Surabaya. Dia menggunakan *instagram* dengan akun yang bernama sadaudr . Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena dia adalah seorang fujoshi yang aktif menggunakan *instagram*, namun dia hanya menggunakan satu akun saja , yang juga akun *instagram* pribadinya dalam kegiatan fujoshi.

2. Deskripsi Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah aktivitas atau bagaimana penggunaan media sosial *instagram* yang dilakukan oleh Korean Lovers yang ada di Surabaya, dari mulai komunikasi verbal dan nonverbal yang dilakukan dalam membentuk identitas fujoshi di media sosial. Dalam penelitian ini akan berfokus bagaimana aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh para pengguna *instagram* ini dalam membentuk identitas mereka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai seorang fujoshi atau mereka yang menyukai yaoi (romantisme homo atau pasangan sesama jenis). Selain itu juga bagaimana mereka dalam melakukan komunikasi dengan fujoshi lainnya serta proses mereka dalam mengenali satu sama lain dalam identitas mereka sebagai fujoshi.

3. Deskripsi Lokasi Penelitian

Surabaya merupakan salah satu kota di Jawa Timur dan juga merupakan ibu kota Provinsi Jawa timur. Surabaya terletak pada 07 derajat 9 menit - 07 derajat 21 menit LS (Lintang Selatan) dan 112 derajat 36 menit - 112 derajat 54 menit BT (Bujur Timur). Letak ketinggian Kota Surabaya berada pada 3-6 meter diatas permukaan laut, dibagian selatan terdapat dua bukit landai yaitu di daerah lidah dan gayungan dengan ketinggian 25-50 meter di atas permukaan air laut. . Surabaya memiliki luas sekitar 33.306,30 Ha. Batas-batas wilayah Kota Surabaya yaitu sebelah utara Selat Madura, sebelah timur Selat Madura, sebelah selatan Kabupaten Sidoarjo, dan Sebelah Barat adalah Kabupaten Gresik. Kota Surabaya terkenal dengan sebutan kota pahlawan.[34]

Surabaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena, populasi *Korean Lovers* di Surabaya saat ini sangat banyak, dapat dilihat dari berbagai event kpop yang sering diadakan di Surabaya dengan jumlah penonton yang sangat banyak. Selain itu juga banyak terdapat komunitas-komunitas pecinta musik kpop yang ada di Surabaya, diantaranya KLOSS (Korean

[34] Geografi Kota Surabaya, dalam http://www.surabaya.go.id/berita/8227-geografi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lovers Surabaya), YG Family Surabaya, ikonic Surabaya, Army Surabaya, Elf Surabaya, dan masih banyak lagi.

B. Deskripsi Data Penelitian

Suatu penelitian baik kualitatif atau kuantatif data penelitian terbagi menjadi 2, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer atau data tangan pertama adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggerakkan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung dari subyek sebagai sumber informasi yang dicari, seperti observasi yang bersifat langsung sehingga akurasinya lebih tinggi, akan tetapi seringkali tidak efisien karena memperolehnya diperlukan sumber data yang lebih besar. Sedangkan data sekunder atau data tangan kedua adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data sekunder biasanya berbentuk dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia, sehingga mempunyai efisiensi yang tinggi akan tetapi kadang-kadang kurang akurat.

1. Proses Pembentukan Identitas Fujoshi Melalui Aktivitas Di Media Sosial Instagram

Dalam membentuk suatu identitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik secara sadar maupun tanpa disadari. Untuk mengkonstruksi atau membentukan identitas mereka sebagai fujoshi di *instagram* mereka melakukan berbagai aktivitas di *instagram.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Tahapan Pembentukan Identitas Fujoshi di *Instagram*

Berdasarkan wawancara dari informan menjelaskan proses mereka membentuk identitas sebagai seorang fujoshi di media sosial *instagram* melalui 3 tahapan, yaitu pengamatan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan fujoshi atau yaoi terlebih dahulu, ketertarikan terhadap konten yaoi dan rasa ingin mengekspresikan rasa sukanya, dan sehingga kemudian timbul tindakan atau *action* sebagai fujoshi di media sosial *instagram* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial tersebut. Informan pertama Alvina menjelaskan bagaimana dia membentuk identitasnya sebagai seorang fujoshi di media sosial *instagram*, yaitu sebagai berikut .

> "*di instagram awalnya Cuma ngikutin temen dikenalin sama dia terus suka kecantol terus bikin ig ikut-ikut temen biar update yang baru* "[35]

Begitupun juga yang dilakukan oleh Intania dalam proses membentuk identitas dia sebagai fujoshi di *instagram* adalah berdasarkan inisiatif pribadi untuk mendapatkan informasi fujoshi yang dia inginkan. Selain itu membuat akun palsu atau *fake account* karena melihat fenomena fujoshi di instagram yang banyak dijumpai.

> *"awal gunain ig itu inisiatif sendiri kan awalnya cari manga di web atau di app gitu nah kalau dari web sama aplikasi itu bahasanya inggris sama jepang terus aku cari cari gitu yang translate terus sama banyak yang update gitu jadinya aku buat ig khusus yaoi"*[36]

[35] Hasil wawancara dengan alvinna
[36] Hasil wawancara dengan Intania

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu Sada dan Tsara menambahkan bagaima proses mereka membentuk identitas sebagai seorang fujoshi di *instagram* melalui pengamatan terhadap akun-akun di media sosial kemudian timbul ketertarikan dan tindakan untuk membuat akun dan melakukan aktivitas-aktivitas di *instagram* sebagai seorang fujoshi.

> *"awal proses itu pertamanya aku liat semacam fanfiction di wattpad disana genre ffnya real life jadi ada kayak semacam fakestagram disitu disitu banyak banget fake stagram yang pakek akun boy boy ini muncullah disitu niatan aku buat stalker kan tapi aku gak mau pakek akun real karena kadang ada kan ig mereka yang di lock dan gak mungkin juga follow pakek ig real ku bisa dikata apa sama orang atau temenku kalau aku follow mereka jadi aku cari jalur aman bikin second ig yang aku khususin buat stalk mereka lebih nyaman kalau aku mau follow mereka"* [37]
>
> *"jadi awalnya aku cuman iseng doang sih liat postingan di ig tentang yaoi gitu terus ternyata temen deketku 1 kampus biasanya bareng aku itu mantan fujo kapan hari dia sampai beli photobooknya pasangan yaoi tapi emang entah kenapa au kalau liat real life pasangan yaoi gak begitu ngefeel jadinya coba browsing di youtube sama ubek-ubek ig lagi kok nemu manga manhwa yang hard yaoi yaudah sejak saat itu malah bikin aku terseret ke dunia fujo garis keras saat ini tapi kalau dari idol yang tak ikutin sih aku cuman ngefeel di real itu tak shipperin ke V jungkook aja"* [38]

b. Pemanfaatan Fitur-Fitur Dalam Pembentukan Identitas

Dari hasil wawancara yang di dapat peneliti, informan dalam penelitian ini menjelaskan mereka mengkonstruksikan identitas diri sebagai seorang fujoshi di i*nstagram* yaitu melalui pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia di media sosial tersebut.

[37] Hasil wawancara dengan Sada Audri
[38] Hasil wawancara dengan Tsara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

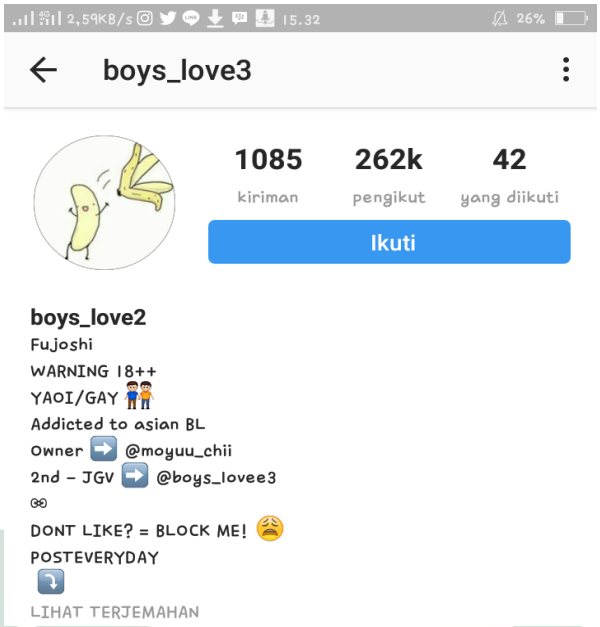
1) Mengikuti Akun-Akun, Menyukai Dan Membagikan Sesuatu Yang Berhubungan Dengan Fujoshi Di *Instagram*

Informan pertama, yaitu Alvina menjelaskan kegiatan-kegiatanyya nya dalam membentuk identitas dia sebagai fujoshi dalam penggunaan *instagram*nya sebagai berikut.

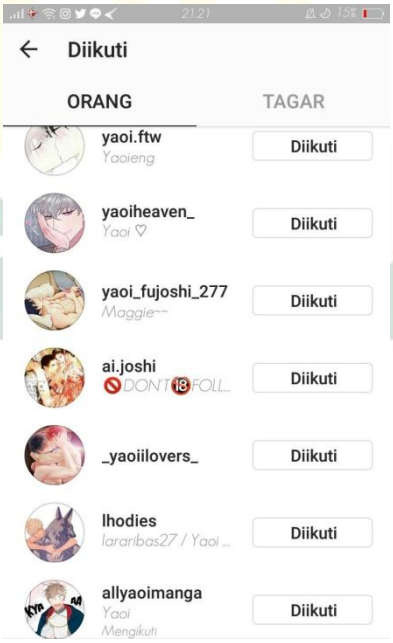
> "*di instagram cuma ngefollow akun-akun yang tentang fujo terus ngefollow akun-akun artis yang main di filmnya terus abis itu stalker dulu sih pernah sempet upload di ig upload foto-foto gitu terus aku hapus soalnya gitu deh*"[39]
>
> *"selain ngefollow juga ngelike spam like komen sama pernah minta link ke adminnya link video fujo"*[40]
>
> "*nulis di bio juga sih tapi diakun yang emang buat stalker akun-akun fujo doang kalau di akun pribadi nanti jadi kontroversi*"[41]
>
> "*akun-akun yang tak follow itu boyslove boyslove3 boyslovestory banyak sih fujoshi planet juga*"[42]
>
> "*ada banyak yang sama sih gak banyak kan dia Cuma suka fujo di kpop an doang kalau thailand gitu-gitu dia gak suka ya sama ngefollow akun-akun fanbase boyslove gitu lah*"[43]

[39] Hasil wawancara dengan alvinna, 30 Januari 2018
[40] Ibid,.
[41] Ibid,.
[42] Ibid,.
[43] Ibid,.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 1.1 Salah satu akun fanbase yang di ikuti Alvinna di *instagram*



Gambar 1.2 Akun fujoshi yang di ikuti Tsara di *instagram*

Sama dengan Alvinna, Vivi yang merupakan fujoshi lebih kepada romantisme artis korea ini juga melakukan kegiatan yang sama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di *instagram* dalam hal yang berhubungan dengan fujoshi yaitu mengikuti akun-akun fujoshi di *instagram*.

> "*kalau aku pribadi sih ngelike foto di instagram sama ngefollow akun fujo gitu si* "[44]
>
> "*kalau upload si sebenarnya pingin gitu tapi aku mikir gak semua orang berfikiran terbuka kayak aku jadi aku gak bisa ngeupload foto yang berbau fujo*"[45]
>
> "*kalau aku ngikuti lebih ke chanbaek gitu but i ship them as gay couple chanbaek_idclub chanbaek_room*"[46]
>
> "*iya kalau aku sih fujo nya lebih ke korea but aku juga terima aja kalau ada video fujo lewat eksplore ku gitu*"[47]

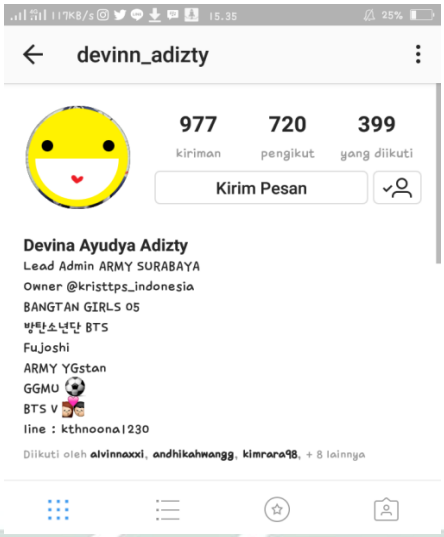
Sama dengan Alvinna dan Vivi , Devina yang merupakan fujoshi lebih kepada romantisme artis Thailand ini juga melakukan kegiatan yang sama di *instagram* dalam membentuk identitas sebagai fujoshi yaitu selain mengikuti akun-akun fujoshi di *instagram* dia juga memposting foto atau video yang berhubungan dengan fujoshi.

> "*ya aku lak sering post video apa foto yaoi gitu tapi sekarang udah aku hapus semenjak punya pacar haha dia gak suka aku post gituan*"
>
> (*ya aku kan sering post video apa yaoi gitu tapi sekarang udah aku hapus semenjak aku punya pacar haha dia gak suka aku post gituan*)
>
> "*iya selain itu ngefollow kayak akun akun fanbase shipper mereka akun-akun yaoi kayak boyslove*"[48]
>
> "*kalau artisnya aku ngefollow banyak sih kris perawat singto prachaya off jumpol gun attapan ohm pawat boom krittapak peak panampol*"[49]

---

[44] Hasil wawancara dengan vivi, 4 Februari 2014
[45] Ibid,.
[46] Ibid,.
[47] Ibid,.
[48] Hasil wawancara dengan Devina, 19 Januari 2018
[49] Ibid,.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Gambar 1.3 Penulisan kata fujoshi di biografi *Instagram* Devina

Sada dan Tsara juga menegaskan tentang bagaimana aktivitas yang dilakukan oleh seorang fujoshi di media sosial *instagram*, yaitu dengan mengikuti akun-akun yaoi atau membagikan dan menyukai gambar-gambar yang berhubungan dengan yaoi.

> *"biasanya follow akun-akun yang ngeshare info tentang yaoi atau mengupload gambar-gambar yaoi. Banyak banget akun yang tak follow ada akun doujinshi fujo, akun shipper anime atau korean idol akun info tentang yaoi masih banyak lagi"*[50]
>
> *"biasanya aku yang lebih yang like like foto-foto ship boysandboys gitu ya atau aku post foto atau videonya juga"* [51]
>
> *"kalau aku Cuma ngelike postingan yang berbau fujo aja sama ngefollow akun akun yang dari bts shipper akun berbau shippernya bts paling suka akunnya vkook misal Kookienoona vkook_bts dan Vkookaddicted"*[52]

Berdasarkan pengamatan peneliti dari akun-akun *instagram* para informan dan hasil wawancara dengan mereka, dari semua

[50] Hasil wawancara dengan Intania, 10 Maret 2018
[51] Hasil wawancara dengan Sada Audri, 10 Maret 2018
[52] Hasil wawancara dengan Tsara, 10 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informan hanya Devin yang memperlihatkan secara terang-terangan di media sosial *instagram* sebagai seorang fujoshi, dia secara bebas untuk membagikan foto dan video yang berhubungan dengan yaoi di *instagram* pribadinya. Sedangkan untuk Alvinna juga membagikan foto dan video, namun di akun *instagram* dia yang lain atau *fake account (*akun palsu*)* yang dia gunakan khusus untuk melakukan aktivitasnya sebagai seorang fujoshi. Dan untuk Vivi sendiri dia juga dapat memanfaatkan fitur *instagram* untuk membagikan foto atau video yang berhubungan dengan yaoi di *instagram* miliknya, namun karena alasan dia yang berhubungan dengan tidak banyaknya orang yang sama seperti dia (menyukai yaoi atau seorang fujoshi) dia tidak melakukan aktivitas tersebut.

2) Penggunaan Akun Pribadi dan *Fake Account* Pada Media Sosial *Instagram*

Dalam membentuk identitas sebagai seorang fujoshi di instagram dilakukan dengan beberapa cara, yaitu dengan menuliskan kata fujo atau fujoshi di biografi *instagram*nya, baik di akun pribadi maupun di *fake account (*akun palsu*)*, membagikan gambar foto, video, mengikuti akun-akun fanbase fujoshi dan artisnya, memberikan komentar dan like pada suatu postingan yang berhubungan dengan fujoshi. Untuk akun-akun yang diikuti atau di follow oleh para fujoshi tergantung dari kesukaan mereka, ada yang menyukai yaoi Thailand, yaoi Korea, Taiwan, bahkan menyukai dari yaoi yang ada dari manapun itu. Untuk yang menyukai yaoi Korea atau dari Boygroup

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Korea mereka hanya menyukai dan mengikuti akun yang berhubungan dengan yaoi yang mereka suka. Begitupun juga sebaliknya baik untuk mereka yang fujoshi yang menyukai yaoi Thailand dan sebagainya.

Dalam penggunaan media sosial atau jejarang sosial dalam melakukan aktivitas sebagai seorang fujoshi, mereka menggunakan beberapa akun, baik akun pribadi mereka ataupun akun palsu *fake account* yang ditujukan untuk kegiatan fujoshi itu sendiri.

Vivi menjelaskan bahwa dia sebagai seorang fujoshi pernah menggunakan *fake account (*akun palsu*)* dalam kegiatan fujoshi, namun sekarang menggunakan *instagram* pribadi namun dengan aktivitas yang samar.

> "*kalau dulu ada si cuma aku kalau bikin ig suka ngawur kalau kasih password jadinya mesti lupa gitu akhirnya aku memutuskan untuk ngelike atau upload fujo but ga terlalu vulgar di ig pribadiku gitu*"[53]
>
> "*ada sih di ig pribadiku Cuma ngefollow aja*"[54]

Sama halnya dengan Vivi, Alvinna juga selain menggunakan *instagram* pribadi dengan aktivitas yang samar, dia juga menggunakan *fake acount* sampai sekarang Dan diberi nama blueattack14. Begitupun juga intania yang juga menggunakan *fake account (*akun palsu*)* di *instagram* yang diberi nama keikurooo. Diketahui dari wawancara dengan informan bahwa fujoshi menggunakan *fake account (*akun palsu*)* dan akun pribadi mereka.

[53] Hasil wawancara dengan vivi, 4 Februari 2014
[54] Hasil wawancara dengan alvinna, 30 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"*iya yang satu akun pribadi dan yang satu akun yang buat stalker gitu buat fujo*"[55]

"*dari yang tak tahu sih temen-temenku kebanyakan pakek fake account (akun palsu) tapi yang pribadi ada*"[56]

"*ya apa ya soalnya nanti kan emang yang suka fujo sendiri itu sebenarnya gak wajar toh negara kita kan ngelarang itu juga tapi itu kan ketertarikanku sendiri jadi aku sengaja bikin akun lain untuk kebutuhan kepuasanku sendiri*"[57]

"*ya kebanyakan fujo pakei fake account (*akun palsu*), aku juga pakai fake account (*akun palsu*) namanya keikurooo*"[58]

"*kebanyakan pakek akun asli mereka kok banyakan juga yang malah mereka secara blak-blak an posting tentang mereka yang couple sesama dan gak malu juga sih mereka mayoritas yang aku tahu dari Thailand, Cina, dan baru ini tau ada yang juga dari Korea*"[59]

Gambar 1.4 *Fake account (*akun palsu*)* yang dimiliki Alvinna

[55] Hasil wawancara dengan alvinna, 30 Januari 2018
[56] Ibid,.
[57] Ibid,.
[58] Hasil wawancara dengan Intania, 10 Maret 2018
[59] Hasil wawancara dengan sada audria 10 maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.5 *Fake account (*akun palsu*)* yang dimiliki Intania

Penggunaan jejaring sosial *instagram* yang mereka gunakan untuk hal yang berhubungan dengan fujoshi, dilakukan secara samar dan terang-terangan. Untuk yang secara terang-terangan melakukan aktivitas yang berhubungan dengan fujoshi lebih pada menggunakan akun lain atau *fake account (*akun palsu*)* mereka di *instagram*. Penggunaan akun lain ini didasarkan pada alasan mereka yang memahami bahwa fujoshi merupakan hal yang belum bisa diterima disekitar mereka. Pada saat ini belum banyak yang tau apa itu fujoshi, kebanyakan dari mereka yang mengetahui apa itu fujoshi akan memberikan penilaian negatif pada seorang fujoshi, maka dari itu mereka tidak secara bebas menggunakan media sosial yang mereka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

punya, karena kekhawatiran akan terjadi hal yang tidak diinginkan dan lebih bebas menggunakan *fake account (*akun palsu*)* tanpa perlu memikirkan pendapat orang disekitar.

c. Pengenalan Identitas Fujoshi di Media Sosial *Instagram*

Untuk mengenali seseorang atau identitas seseorang dapat dilakukan dengan melihat berdasarkan aktivitas atau tindakan yang dilakukan seseorang. berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan yang merupakan fujoshi pengguna aktif media sosial *instagram*, mereka menjelaskan bagamana antara satu sama lain dalam mengenali identitas seorang fujoshi di *instagram*.

Informan pertama, yaitu Alvina menjelaskan bagaimana kegiatannya sebagai fujoshi dapat membuat seseorang dikenali sebagai fujoshi sebagai berikut.

> "*ada sih kan biasanya fujo gak mesti dari Thailand, Taiwan, Korea juga ada temenku sendiri itu juga upload foto foto yang berhubungan dengan shipper-shipper boys love gitu keliatan banget biasanya dia upload di snapgram atau di ig nya sendiri*"[60]
>
> "*ada yang sama sih gak banyak kan dia cuma suka fujo di kpop an doang kalau Thailand gitu dia gak suka ya sama ngefollow akun-akun fanbase boys love gitu lah* "[61]
>
> "*gak tau juga sih soale temenku juga ada yang gak fujo cuma emang benar-benar suka artisnya gitu ya cuma ternyata artisnya sendiri itu homo gitu tapi dia gak tau sebenarnya tapi dia suka jada kalau mereka ngefollow artis-artisnya belum tentu fujo tapi kalau ngefollow akun-akun shipper gitu udah pasti fujo seperti itu* "[62]
>
> ("*gak tau juga sih karena temenku juga ada yang gak fujo cuma emang benar-benar suka artisnya gitu ya cuma ternyata artisnya*

[60] Hasil wawancara dengan alvinna, 30 Januari 2018
[61] Ibid,.
[62] Ibid,.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri itu homo gitu tapi dia gak tau sebenarnya tapi dia suka jada kalau mereka ngefollow artis-artisnya belum tentu fujo tapi kalau ngefollow akun-akun shipper gitu udah pasti fujo seperti itu"[63])

Sama halnya dengan Alvinna, Devina juga menjelaskan bagaimana seseorang dapat dikenal sebagai fujoshi di *instagram*nya dari akun yang mereka ikuti

"*kalau kita berteman sama dia kita kan bisa liat atau tau akun boyslove yang di follow sama dia atau konten-konten boys love yang mereka like dari following sama followers pun bisa tau kok*"[64]

"*iya follow si artis itu wajib kalau akun-akun gitu palingan kalau pingin lihat update an mereka doang sih* "[65]

Sama halnya dengan Alvinna dan Devina, Vivi dan intania menambahkan bahwa seorang fujoshi yang merupakan pengguna *instagram* dapat dikenali sebagai seorang fujoshi selain menyukai postingan yang berhubungan dengan fujoshi adalah dilihat dari foto atau video yang dibagikan di akun *instagram* mereka dan dapat dilihat dari komentar yang diberikan di suatu konten yang berhubungan dengan yaoi atau fujoshi.

"*ada si kadang dia ngelike postingan chanbaek gitu dan mereka memposting lewat ig pribadi mereka terus bikin quotes about gay life terus dan gambarnya chanbaek gitu*"[66]

"*menurutku sih gitu ya wkwk karena sepemikiran gitu sama aku kalau dia love chanbaek as bromance ya mungkin dia ngefollow ig chanbaek yang jelas di kolom di deskripsi tulisannya support chanbaek as love gitu*"[67]

---

[63] Ibid,.
[64] Hasil wawancara dengan Devina, 19 Januari 2018
[65] Hasil wawancara dengan Devina, 19 Januari 2018
[66] Hasil wawancara dengan vivi, 4 Februari 2014
[67] Ibid,.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "*ya seperti upload gambar tentang yaoi atau shipper mereka biasanya juga mereka nulis di bio mereka kalau mereka adalah seorang fujoshi sama di forum tertentu pasti kita bahas kita akan bahas tentang shipper kita dan seberapa cute mereka dalam menjalin hubungan*"[68]

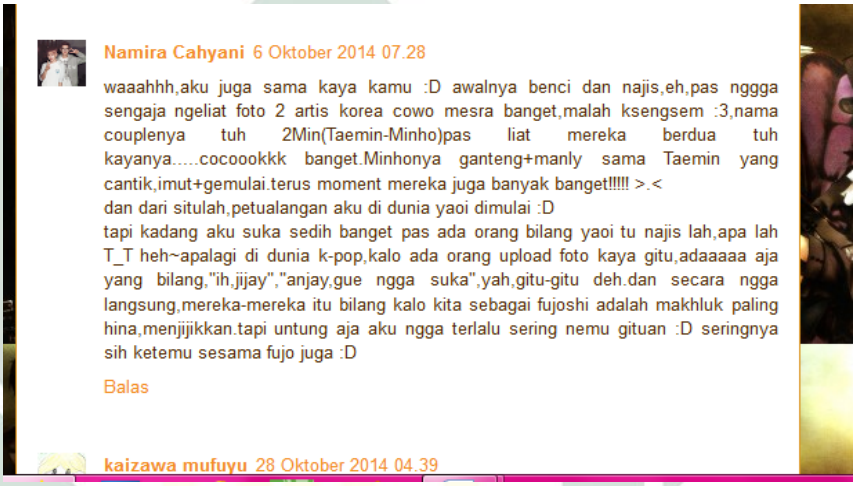
Berdasarkan hasil wawancara dengan keenam informan dalam peneitian ini, dapat dikatakan bahwa bagi mereka yang seorang fujoshi mampu mengenali akun akun media sosial orang lain sebagai seorang fujoshi adalah dari beberapa kegiatan yang mereka lakukan di *instagram* , diantaranya adalah mengikuti akun-akun fanbase yang ditujukan untuk pasangan yaoi tersebut, menyukai postingan yang berhubungan dengan pasangan yang mereka suka baik foto ataupun video, mereka juga memberikan deskripsi atau caption pada kolom *instagram* mereka yang mengarah pada hubungan romantis dan mendukung untuk pasangan tersebut menjalin hubungan. Selain itu berdasarkan pengamatan yang di yang dilakukan peneliti di akun *instagram* informan yaitu devina, dia secara terang-terangan memberitahukan identitas dia sebagai fujoshi melalui kolom deskripsi biografi *instagram*nya. Alvinna dan Intania juga melakukakan aktivitas di *instagram*nya dengan memberikan deskripsi di biografi *instagram*nya namun di *fake account (*akun palsu*)* yang dia miliki, bahwa dia adalah seorang fujoshi.

Selain itu peneliti juga melakukan pengamatan di beberapa website khusus membahas fujoshi untuk mengetahui bagaimana kehidupan para fujoshi di media sosial atau di dunia maya. Dari pengamatan yang dilakukan, peneliti memperoleh data yang mendukung penjelasan dari

[68] Hasil wawancara dengan Intania, 10 Maret 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Alvinna dan Vivi tentang ketidakbebasan mereka dalam menunjukkan identitas mereka sebagai seorang fujoshi. Banyak diantara para fujoshi yang peneliti amati di dunia maya yang merasa tidak dapat secara bebas untuk berekspresi dan dianggap sebagai seseorang yang aneh , tidak normal, serta mendapat komentar negatif dari orang disekitar mereka saat membagikan sesuatu yang meunjukkan romantisme yaoi.



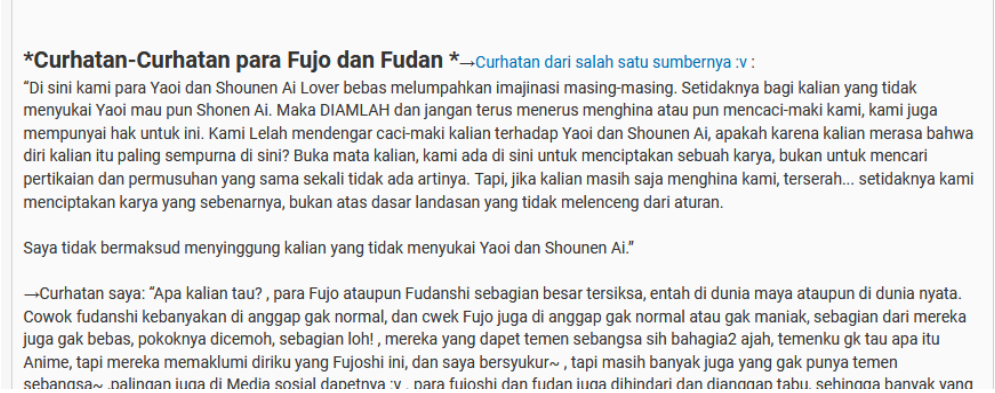
Namira Cahyani 6 Oktober 2014 07.28

waaahhh,aku juga sama kaya kamu :D awalnya benci dan najis,eh,pas nggga sengaja ngeliat foto 2 artis korea cowo mesra banget,malah ksengsem :3,nama couplenya tuh 2Min(Taemin-Minho)pas liat mereka berdua tuh kayanya.....cocoookkk banget.Minhonya ganteng+manly sama Taemin yang cantik,imut+gemulai.terus moment mereka juga banyak banget!!!!! >.<
dan dari situlah,petualangan aku di dunia yaoi dimulai :D
tapi kadang aku suka sedih banget pas ada orang bilang yaoi tu najis lah,apa lah T_T heh~apalagi di dunia k-pop,kalo ada orang upload foto kaya gitu,adaaaaa aja yang bilang,"ih,jijay","anjay,gue ngga suka",yah,gitu-gitu deh.dan secara ngga langsung,mereka-mereka itu bilang kalo kita sebagai fujoshi adalah makhluk paling hina,menjijikkan.tapi untung aja aku ngga terlalu sering nemu gituan :D seringnya sih ketemu sesama fujo juga :D

Balas

kaizawa mufuyu 28 Oktober 2014 04.39

Gambar 1.6 Komentar di salah stau Blog Fujoshi



***Curhatan-Curhatan para Fujo dan Fudan ***→Curhatan dari salah satu sumbernya :v :
"Di sini kami para Yaoi dan Shounen Ai Lover bebas melumpahkan imajinasi masing-masing. Setidaknya bagi kalian yang tidak menyukai Yaoi mau pun Shonen Ai. Maka DIAMLAH dan jangan terus menerus menghina atau pun mencaci-maki kami, kami juga mempunyai hak untuk ini. Kami Lelah mendengar caci-maki kalian terhadap Yaoi dan Shounen Ai, apakah karena kalian merasa bahwa diri kalian itu paling sempurna di sini? Buka mata kalian, kami ada di sini untuk menciptakan sebuah karya, bukan untuk mencari pertikaian dan permusuhan yang sama sekali tidak ada artinya. Tapi, jika kalian masih saja menghina kami, terserah... setidaknya kami menciptakan karya yang sebenarnya, bukan atas dasar landasan yang tidak melenceng dari aturan.

Saya tidak bermaksud menyinggung kalian yang tidak menyukai Yaoi dan Shounen Ai."

→Curhatan saya: "Apa kalian tau? , para Fujo ataupun Fudanshi sebagian besar tersiksa, entah di dunia maya ataupun di dunia nyata. Cowok fudanshi kebanyakan di anggap gak normal, dan cwek Fujo juga di anggap gak normal atau gak maniak, sebagian dari mereka juga gak bebas, pokoknya dicemoh, sebagian loh! , mereka yang dapet temen sebangsa sih bahagia2 ajah, temenku gk tau apa itu Anime, tapi mereka memaklumi diriku yang Fujoshi ini, dan saya bersyukur~ , tapi masih banyak juga yang gak punya temen sebangsa~ ,palingan juga di Media sosial dapetnya :v , para fujoshi dan fudan juga dihindari dan dianggap tabu, sehingga banyak yang

Gambar 1.7 Komentar di salah satu Blog Fujoshi

d. Proses Pertukaran Pesan Fujoshi di *Instagram*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari penggunaan media sosial saat ini memberikan manfaat dari mulai informasi yang sangat beragam bahkan menjadi wadah hiburan bagi seseorang. Bagi fujoshi sendiri juga seperti itu, mereka menggunakan media sosial *instagram* sebagai media yang memberikan mereka informasi dan hiburan sesuai dengan minat mereka terhadap konten yaoi. Hal tersebut didapat dari mereka yang mengikuti, posting video atau foto yang berhubungan dengan fujoshi. Selain itu Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dalam peneitian ini, diketahui mereka memanfaatkan *instagram* sebagai media komunikasi atau pertukaran pesan yang dilakukan dengan sesama fujoshi. Proses pertukaran pesan tersebut dilakukan dengan saling mengirim pesan melalui *direct massage* atau melalui kolom kometar untuk saling berkomunikasi.

Devina menjelaskan bagaimana dia melakukan komunikasi atau bertukar pesan dengan fujoshi lain melalui firut direct massage yang ada di *instagram.*

> *"pernah sih kita saling chat biasa nanya bias film yaoi drama banyak sih biasanya di dm ig itu yang baru kenal baru lanjutnya di line"*[69]

Alvinna dan Intania juga menjelaskan mereka berkomunikasi atau melakukan pertukaran pesan dengan antar sesama fujoshi selain menggunakan *direct massage* juga melakukan di kolom komentar.

> "*ga seberapa tapi pernah sesekali tanya-tanya tentang film yaoi gitu di dm* "[70]

[69] Hasil wawancara dengan Devina, 19 Januari 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "*kalau komentar sering komentar ya sekedar tentang film kaya aku suka gitu terus sama biasanya kalau ada yang baru suka komen bilang itu yang main siapa gitu aja terus kadang adminnya bales*"[71]
>
> "*bahasannya ya soal fujo kebanyakan soal yaoi Thailand*"[72]
>
> "*sering di dm ada grup nya di komen juga kadang kadang*"
>
> "*bahas tentang otp kita di anime di manga gitu terus share-share foto yang lucu lucu informasi otp sama basa basi kadang juga kehidupan para anggotanya kaya curhat gitu kalau komen macam macam sih tetap bahasannya tentang otp* "[73]

Informan dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana instagram dapat memberikan mereka informasi-informasi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan yaoi sebagai kebutuhan mereka yang merupakan fujoshi.

> "*ya dapat informasi drama tv serial yang mereka lakuin yang terbaru gitu terus aktivitas mereka sama info-info terbaru mereka*"[74]
>
> "*soalnya jaman sekarang kan instagram lagi ngehits dan itu lagi dipakek orang-orang jadi informasinya lebih cepat didapat*"[75]
>
> "*buat cari update an terbaru sama aktivitas artisnya karena menarik untuk dilihat untuk memenuhi kebutuhan sama biar bisa stalker artus fujo*"[76]
>
> "*kalau dari ig sih dapat daily life nya chanbaek kayak momen-momen mereka gitu yang bisa bikin kita yakin yang fujoshi makin yakin kalau mereka lebih dari bromance*"[77]

Bagi fujoshi sendiri juga seperti itu, mereka menggunakan media sosial *instagram* sebagai media yang memberikan mereka

---

[70] Hasil wawancara dengan alvinna, 30 Januari 2018
[71] Ibid,.
[72] Ibid,.
[73] Hasil wawancara dengan Intania, 10 Maret 2018
[74] Hasil wawancara dengan alvinna, 30 Januari 2018
[75] Ibid,.
[76] Hasil wawancara dengan alvinna, 30 Januari 2018
[77] Hasil wawancara dengan vivi, 4 Februari 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi dan hiburan sesuai dengan minat mereka terhadap konten yaoi selain itu juga memberikan kepuasan untuk diri mereka sendiri. Hal tersebut didapat dari mereka yang mengikuti, posting video atau foto yang berhubungan dengan fujoshi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

Intepretasi Hasil Penelitian

A. Temuan Hasil Penelitian

Dalam bab ini peneliti melakukan analisa terhadap data-data yang diperoleh dari proses wawancara terhadap informan, dan pengamatan terhapat aktivitas masing-masing informan di media sosial *instagram* mereka. Informan yang dipilih dalam penelitian ini dipilih selain untuk mencari data untuk penelitian , juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran terhadap penemuan penelitian yang diperoleh oleh peneliti.

Pembahasan mengenai proses konstruksi yang dilakukan oleh fujoshi di media sosial *instagram* dilakukan, karena pada saat ini media sosial sangat banyak digunakan oleh masyarakat luas dan digunakan untuk kebutuhan dan pemenuhan kebutuhan seseorang, salah satunya adalah fujoshi yang dibahas dalam penelitian ini. Analisa dalam penelitian ini didasarkan pada fokus penelitian, dimana peneliti berfokus pada aktivitas sapa saja yang dilakukan oleh para korean lovers di surabaya dalam mengkontruksikan diri mereka sebagai fujoshi dan bagaimana mereka berkomunikasi dengan fujoshi yang lain melalui pemanfaatan fitur-fitur yang ada di *Instagram.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. **Konstruksi Identitas di Media Sosial *Instagram.***

Dalam penggunaan media sosial dalam hal ini *instagram*, fujoshi memanfaatkan fitur-fitur yang ada di *instagram* dalam melakukan kegiatanya sebagai seorang fujoshi. *Instagram* sendiri merupakan salah satu aplikasi yang memberikan fasilitas untuk berbagi foto atau video yang dapat mereka bagikan ke pengguna jejaring sosial media *instagram* yang lain. Selain fitur untuk membagikan foto dan video di *instagram*, saat ini juga sudah ada fitur *instagram* story , itu merupakan salah satu fitur baru *instagram* yang bisa digunakan untuk membagikan foto , video, bahkan tulisan yang hanya bisa dilihat selama satu hari. Adapun proses pembentukan identitas fujoshi di instagram dilakukan 3 tahapan (pengamatan, ketertarikan, dan tindakan) dan dengan cara-cara sebagai berikut :

a. Pengamatan dan Ketertarikan

Sebelum seseorang melakukan aktivitas di media sosial para fujoshi yang merupakan pengguna media sosial *instagram* , mereka melakukan pengamatan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan fujoshi. Mereka mengamati berbagai postingan di *instagram, youtube, dan wattpad*. Di *instagram* mereka mengamati berbagai foto atau video yaoi yang di bagikan di media sosial tersebut, begitupun juga youtube. Wattpad sendiri merupakan aplikasi yang menyediakan cerita atau *fanfiction* untuk para pembaca, disini para fujoshi mengamati dan membaca berbagai cerita yaoi. Selanjutnya mereka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mulai untuk mencari segala informasi fujoshi atau yaoi di instagram dan menemukan pengguna instagram yang juga merupakan fujoshi dan berbagai informasi yang mereka peroleh membuat mereka tertarik untuk menggunakan instagram dalam aktivitasnya sebagai seorang fujoshi. proses yang dilakukan oleh fujoshi ini merupakan tahapan yang dilakukan mereka sehingga memutuskan untuk membuat *fake account* atau terbuka untuk menunjukkan sisi dari diri mereka sebagai seorang fujoshi.

b. *Action* (Tindakan)

Dalam tahapan ini fujoshi mulai mulai melakukan aktivitas-aktivitas sebagai fujoshi di *instagram* sebagai berikut :

1) Keterbukaan dan Kepalsuan dalam Penggunaan Akun di *Instagram*

Sebelum seseorang melakukan aktivitas di media sosial , terlebih dahulu mereka perlu membuat *account* untuk dapat masuk dan menggunakan aplikasi media sosial *instagram*. Dalam hal ini fujoshi yang juga pengguna *instagram* perlu untuk membuat akun. Akun yang dipakai oleh fujoshi untuk melakukan aktivitas yang berhubungan dengan fujoshi yaitu dengan akun pribadi atau akun yang digunakan dengan identitas asli dari fujoshi ini dan akun palsu atau *fake account* yang memang digunakan khusus untuk hal-hal yang memang berhubungan dengan fujoshi. Penggunaan akun lain ini didasarkan pada alasan mereka yang memahami bahwa fujoshi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

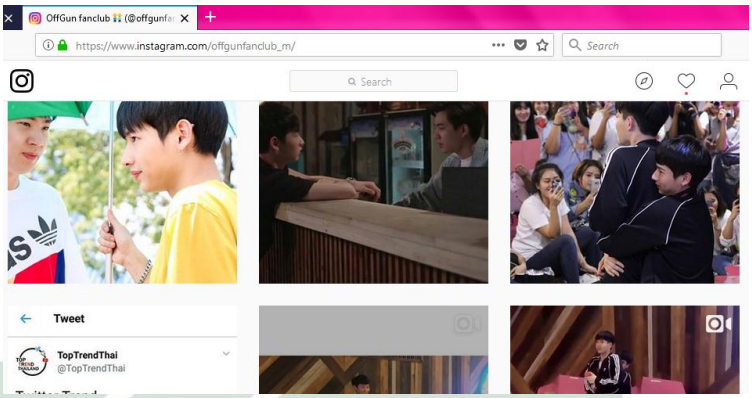
merupakan hal yang belum bisa diterima disekitar mereka. Pada saat ini belum banyak yang tau apa itu fujoshi, kebanyakan dari mereka yang mengetahui apa itu fujoshi akan memberikan penilaian negatif pada seorang fujoshi, maka dari itu mereka tidak secara bebas menggunakan media sosial yang mereka punya, karena kekhawatiran akan terjadi hal yang tidak diinginkan dan lebih bebas menggunakan *fake account (*akun palsu*)* tanpa perlu memikirkan pendapat orang disekitar.

2) Mengikuti akun-akun di *instagram* yang berhubungan dengan fujoshi

Dalam kegiatannya seorang fujoshi akan melakukan kegiatan-kegiatan dari mulai mengikuti akun-akun fanbase yaoi dan artis-artis pasangan yang mereka pasangkan sebagai pasangan dalam kegiatannya sebagai fujoshi. Adapun diantaranya akun-akun fujoshi yang di ikuti di *instagram* yaitu boyslove, planetfujoshi, chanbaekshipper, offgunfanclub_m, dan gxxodbbasjtr_indonesia. Selain akun-akun tersebut masih banyak akun-akun fanbase yaoi yang ada di media sosial *instagram*. Untuk kegiatan ini mereka menjelaskan bahwa seseorang yang mengikuti akun artis yang dipasangkan fujoshi belum tentu dapat dikatakan sebagai perempuan yang menyukai yaoi (fujoshi) hal ini dikarenakan artis-artis yang mereka juga juga disukai oleh mereka yang bukan fujoshi dan diantara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mereka belum mengetahui keberadaan yaoi atau istilah fujoshi dalam kehidupan artis yang dia suka.



Gambar 1.8 postingan akun offfunfanclub_m

3) Membagikan foto atau video yang berhubungan dengan fujoshi

Dalam hal ini membagikan foto atau video merupakan salah satu aktivitas yang dilakukan oleh para fujoshi di *Instagram* dalam menunjukkan rasa suka mereka terhapat konten-konten yang berhubungan dengan fujoshi atau yaoi. Dalam aktivitas mereka membagikan foto atau video yaoi, foto atau video kiriman tersebut disertai dengan caption atau kalimat pengantar yang ditujukan untuk menjedi keterangan dari kiriman tersebut. Caption yang digunakan oleh para fujoshi dalam membagikan foto atau video tersebut adalah kalimat-kalimat yang mendukung yaoi , rasa suka merka terhadap pasangan yaoi tersebut, hingga kehidupan gay.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.9 postingan foto yang dibagikan Devina

2. Komunikasi Antar Fujoshi di Media Sosial *Instagram*

Dalam penggunaan instagram sebagai suatu media sosial yang mereka gunakan dalam membentuk dan menunjukkan identitas mereka sebagai fujoshi, mereka juga menggunakan media sosial instagram sebagai media untu berkomunikasi dengan fujoshi yang lain baik secara langsung maupun tidak langsung.

Yang pertama proses pertukaran secara langsung yang dilakukan oleh fujoshi di instagram adalah melalui fitur *direct massage* dan kolom komentar yang terdapat di foto atau video yang dibagikan oleh akun instagram lainnya.

DM atau *Direct Massage* di Instagram, merupakan fitur yang dapat digunakan untuk mengirim pesan secara pribadi kepada pengguna instagram yang lain. dalam fitur ini juga dapat digunakan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membentuk suatu grup bagi para penggunanya untuk dapat berkomunikasi dengan orang banyak sekaligus.

Dalam proses komunikasi yang di lakukan melalui DM (*direct Massage),* dalam fitur ini pengguna dapat saling mengirim pesan secara pribadi atau kelompok melalui sebuah grup yang dibentuk melalui DM (*Direct massage*) ini. mereka saling bertukar pesan mengenai informasi pasangan yaoi yang mereka sukai , informasi film yaoi terbaru, dan bahkan hingga pembahasan pribadi tentang kehidupan fujoshi lain. Selanjutnya adalah komunikasi yang terjadi secara tidak langsung. Membagikan foto atau video yang mereka lakukan di *instagram* , terdapat komunikasi yang terbentuk baik secara verbal ataupun nonverbal. Komunikasi verbal, merupakan salah satu bentuk penyampaian pesan atau perasaan seseorang menggunakan kata-kata atau bahasa baik baik melalui lisan ataupun tidak. Dalam penelitian mengenai proses pembentukan identitas yang dilakukan oleh seorang fujoshi di *instagram* ini, terjadi proses komunikasi verbal non-vocal yaitu dilakukan dengan penulisan kata. Penulisan kata tersebut dilakukan dalam kegiatan mereka saat membagikan foto atau video yang berhubungan dengan yaoi seperti yang dilakukan oleh Devin dalam *instagram* pribadinya dan intania di *fake account* (akun palsu) yang dia miliki. Selain itu berdasarkan wawancara dengan informan Vivi, dia menambahkan untuk seorang fujoshi atau mereka yang menyukai yaoi melakukan kegiatan menulis suatu *caption* atau *quotes* yang berhubungan dengan kehidupan yaoi dalam keterangan gambar pasangan yaoi yang mereka suka. Begitupun juga di kolom

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komentar, mereka saling bertukar pesan yang dimana bahasannya mengenai konten yaoi atau fujoshi.

Bentuk komunikasi verbal non-vocal yang terbentuk dalam media sosial *instagram* seorang fujoshi adalah penulisan kata "Fujoshi atau Fujo", kata tersebut diletakkan di deskripsi atau biografi akun *instagram* para informan.

Secara umum bentuk komunikasi nonverbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang digunakan dengan menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, dan lain sebagainya. Atau dalam pengertian lain merupakan bentuk komunikasi tanpa menggunakan kata. Untuk penelitian mengenai pembentukan identitas fujoshi di *Instagram* komunikasi nonverbal yang terbentuk adalah tentang aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh para informan ini dalam hal yang berhubungan dengan fujoshi ini yaitu mengikuti akun-akun fanbase yaoi atau akun *instagram* para artis yaoi yang mereka suka, membagikan foto atau video yang berhubungan dengan yaoi, dan menyukai foto atau video yaoi yang dibagikan oleh seseorang .

Dalam proses pertukaran pesan yang dilakukan oleh fujoshi di instagram, baik melalui direct massage atau komentar, adapun pesan yang disampaikan antara lain dari mulai kehidupan sehari-hari pasangan yaoi yang mereka suka, informasi film atau drama yaoi terbaru, hingga membicarakan kehidupan pribadi masing-masing dari fujoshi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Segala bentuk aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh para fujoshi di media sosial *instagram* dilakukan dengan tujuan-tujuan tertentu yang berhubungan dengan fujoshi atau konten yaoi. Bagi fujoshi sendiri juga seperti itu, mereka menggunakan media sosial *instagram* sebagai media yang memberikan mereka informasi dan hiburan sesuai dengan minat mereka terhadap konten yaoi selain itu juga memberikan kepuasan untuk diri mereka sendiri. Hal tersebut didapat dari mereka yang mengikuti, posting video atau foto yang berhubungan dengan fujoshi.

3. Identitas Ganda Fujoshi di Dunia Maya

Penggunaan media sosial *instagram* juga dimanfaatkan dalam pembentukan identitas seseorang. Media sosial memberikan keuntungan yaitu mereka atau pengguna media secara bebas dapat mengintrepretasikan dengan peran atau identitas yang beragam. Sesuai dengan penelitian mengenai pembentukan identitas fujoshi di media sosial *instagram*, mereka para fujoshi secara bebas menggunakan media sosial dalam mengintepretasikan diri mereka sebagai seorang fujoshi melalui aktivitas-aktivitas dan fitur-fitur yang ada di *instagram*. Dalam media sosial terdapat 3 jenis identitas, diantaranya *anonimity* yaitu mereka yang berbeda atau mengubah identitas mereka sebenarnya di kehidupan sehari-hari di media sosial, *real Life Identity* yaitu mereka yang menggunakan identitas di media sosial dimana identitas dia sebagai seseorang sesuai dengan identitas yang sebenarnya dalam kehidupan nyata. Dan yang terakhir adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pseudonimity yaitu mereka yang merefleksikan identitas mereka yang sebenarnya secara samar.

Didapatkan bahwa dari fujoshi dalam penelitian ini termasuk dalam ketiga jenis identitas di media sosial yaitu *anonimity* , *real life identity* dan *Pseudominity*.

a. *Anonimity* merupakan jenis identitas fujoshi untuk mereka yang menggunakan *fake account* (akun palsu).
b. *Real life identity* merupakan jenis identitas untuk mereka yang secara terbuka menunjukkan identitas dia sebagai seorang fujoshi dari mulai membagikan foto atau video yaoi disertai keterangan yang menunjukkan bahwa dia mendukung dan menyukai pasangan yaoi tersebut, hingga penulisan fujoshi secara terang-terangan di instargram pribadinya.
c. *Pseudominity*, identitas ini dimiliki atau ditunjukkan untuk penggunaan *instagram* yang dilakukan secara samar. Mereka menjelaskan bahwa dia memiliki dua akun dimana salah satu akunnya merupakan *fake account (*akun palsu*)* yang dunakan khusus untuk kegiatan dia sebagai seorang fujoshi. Diketahui bahwa untuk akun instargam pribadinya secara samar menunjukkan identitas dia sebagai seorang fujoshi yaitu hanya dengan kegiatan mengkuti akun-akun fanbase, akun-akun artis yaoi, tanpa menuliskan secara terang-terangan dan membagikan foto atau video secara terang-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terangan. Penggunaan identitas secara sama ini didasarkan oleh alasan dimana mereka yang merasa khawatir akan tanggapan pengguna *instagram* lain yang akan menimbulkan kontroversi. Selain itu juga karena belum banyaknya orang diluar sana yang tidak sepemikiran tentang yaoi membuat dia tidak secara bebas menggunakan *instagram* pribadinya untuk menunjukkan identitas dia sebagai fujoshi, meskipun dia ingin menunjukkan identitasnya secara terang-terangan.

Dengan semakin banyaknya pengguna media sosial yang pada saat ini, membuat terbentuknya masyarakat maya, yaitu mereka yang membangun interaksi sosial, kehidupan kelompok, dan stratifikikasi soisal, membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan, wewenang, dan kepemimpinan , dan lain sebagainya. Para fujoshi yang menggunakan media sosial *instagram* ini juga merupakan salah satu bentuk dari masyarakat maya, dimana mereka melakukan interaksi sosial dan hingga membangun sebuah kehidupan berkelompok.

Interaksi sosial yang dilakukan oleh fujoshi ini yaitu dari mengikuti akun-akun fanbase fujoshi, yang dimana mereka memberikan komentar dan menyukai sebagai bentuk untuk berinteraksi dengan para penyuka yaoi atau fujoshi yang lain. dari interaksi fujoshi tersebut dapat membentuk suatu kehidupan berkelompok oleh para fujoshi. mereka menjelaskan bahwa dari interaksi dia di *instagram*, mereka dapat menemukan dan berkenalan dengan teman baru dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat saling berhubungan untuk saling berbagi cerita yang kemudian berkembang hingga membentuk suatu kelompok yang diwadahi dalam group chat di media sosial. Di grup chat tersebut menjadi wadah mereka untuk secara bebas bercerita berbagi informasi yang berhubungan dengan yaoi. Karena hal itu yang menyebabkan antara fujoshi satu sama lain merasa nyaman dan bebas untuk berinteraksi dengan yang lain sehingga membentuk suatu kelompok sosial masyarakat maya, dalam hal ini adalah kelompok masyarakat maya fujoshi.

Dalam memenuhi naluri manusia untuk dapat menyatu dengan satu sama lain, manusia melakukan adaptasi atau proses keterlibatan dengan orang lain dan lingkungannya. Kelompok sosial sendiri dapat dibagi menjadi beberapa karakter, yaitu kelompok formal sekunder, kelompok formal primer, kelompok informal sekunder, dan kelompok informal primer. Berdasarkan pengamatan dan wawancara dengan informan , peneiti menganalisis bahwa kelompok fujoshi ini termasuk dalam karakter kelompok sosial informal primer. Karakteristik kelompok informan primer sendiri adalah suatu kelompok sosial yang informarmal dan terbentuk dari sifat-sifat kelompok soisal primer yaitu memiliki aturan yang jelas, terbentuknya didasarkan tujuan-tujuan yang jelas ataupun abstrak. Secara umum kelompok ini memiliki sifat yang sama seperti formal sekunder, yaitu dimana setiap anggota memiliki kesadaran bahwa dia adalah bagian dari kelompok tersebut. Setiap anggota memiliki hubungan timbal balik dan bersedia melakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan fungsional berdasarkan kepentingan diantara mereka. Kelompok ini merupakan bentuk lain dari kelompok informal sekunder yang dimana hubungan mereka yang sangat pribadi dan mendalam.

Kelompok fujoshi dalam penelitian ini dapat dimasukkan kedalam kategori kelompok sosial informal primer, karena dimana termasuk suatu kelompok informal yang dibentuk dari aturan yang jelas meskipun tidak dilakukan secara tegas, memang dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap proses pembentukan identitas fujoshi di media sosial *instagram*, diketahui aturan-aturan pasti yang dapat menunjukkan bahwa seseorang itu fujoshi, yaitu mengikuti akun-akun fanbase, akun artis yaoi, menuliskan fujoshi di deskripsi akun *instagram* mereka, menyukai postingan yang berhubungan dengan yaoi, serta menuliskan caption yang berhubungan dengan mereka yang mendukung kehidupan para artis yaoi yang mereka suka.

Memang aturan yang ini dapat dikatakan sebagai aturan yang jeas dalam pembentukan identitas seorang fujoshi, karena semua informan dalam penelitian ini masing menjelaskan hal itu dalam proses pembentukan identitas fujoshi di *instagram*. Aturan tersebut tidak dilakukan secara tegas, kerena untuk salah satu aturan yang dimana fujoshi pasti mengikuti akun artis yaoi, mereka menjelaskan bahwa untuk mereka yang mengikuti akun artis yang berhubungan dengan yaoi juga belum tentu seorang fujoshi, terkadang diantara mereka yang mengikuti artis tersebut merupakan mereka yang hanya sekedar menyukai artisnya tanpa menyukai hal-hal yang berhubungan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaoi. Selain itu kelompok fujoshi termasuk dalam informal primer karena menimbulkan hubungan yang pribadi dan mendalam bagi pra fujoshi dengan fujoshi yang lainya. Hubungan mendalam ini terbentuk karena adanya kesamaan rasa suka mereka terhadap hal-hal yang berhubungan dengan fujoshi atau yaoi, mereka dapat berbagai satu sama lain dari cerita, informasi, hingga kehidupan dan perkembangan para artis yaoi yang mereka sukai.

Berdasarkan data-data penelitian yang diperoleh peneliti dengan pengamatan langsung terhapat aktivitas-aktivitas fujoshi di media sosial *instagram* dan dilengkapi hasil wawancara dengan para informan, telah dilakukan analisa dimana peneliti merumuskan temuan penelitian dalan penelitian tentang konstruksi identitas fujoshi di media sosial *instagram*, sebagai berikut. Bahwa Komunikasi memiliki karakteristik, yang dimana komunikasi adalah suatu proses, komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan, komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku komunikasi yang terlibat. Komunikasi bersifat simbolis, bersifat transaksional, dan menembus ruang dan waktu. Dalam hal ini pembentukan identitas yang dilakukan oleh fujoshi di media sosial merupakan bentuk komunikasi yang terjadi di dunia maya, khususnya media sosial *instagram*. Proses komunikasi yang terjadi dalam pembentukan identitas ini terdiri dari simbol verbal dan nonverbal yang dimana kegiatan tersebut bertujuan untuk menjadi wadah mencari informasi dan hiburan bagi para fujoshi di *instagram*. Selain itu mereka saling berinteraksi melalui fitu-fitur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang ada di *instagram*, dari memberika komentar, menyukai postingan, hingga mengirim pesan kepada akun fanbase fujoshi untuk mencari informasi tentang konten yaoi.

B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori yaitu teori new media dan teori konstruksi sosial. Teori tersebut digunakan oleh peneliti untuk melakukan konfirmasi dalam tahap ini tehadap hasil penelitian yang telas di analisis oleh peneliti beseta temuan penelitian yang telah di deskripsikan

Dalam media baru *J.L Bordowejk* dan *B. Van Kaam* menggunakan empat pola dasar komunikasi yang saling berkaitan, yaitu *allucalation*, *conversation*, *consultation*, dan *registration*. sama halnya dengan apa yang dilakukan oleh fujoshi di media sosial *instagram* ini, dimana pembentukan identitas yang mereka lakukan merupakan bentuk pola komunikasi dan saling berkaitan satu sama lain.

Pada penemuan penelitian pertama tentang konstruksi identitas fujoshi di media sosial, terjadi keempat pola komunikasi tersebut yaitu pola *allucation* disini adalah dimana para fujoshi medapatkan informasi tentang yaoi baik kabar terbaru atau film terbaru dan selain itu, informasi itu juga mendapar informasi menganai kehidupan para artisnya seluruh informasi tersebut di dapatkan dari pengamatan yang dilakukan fujoshi baik melalui *instagram* atau media sosial yang lain. Keseluruhan informasi tersebut didapatkan atau didistribusikan dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akun fanbase fujoshi atau akun artis yang mereka ikuti di *instagram* dan media sosial yang lain. Pola *conversation*, disini terjadi pada tahapan tindakan dimana mereka yang merupakan fujoshi mulai bertindak dalam membentuk identitas sebagai fujoshi dengan berinteraksi satu sama lain di *instagram*, baik berkomentar di postingan yaoi, mengirim pesan untuk sekedar mencari info, hingga berkenalan antara sesama fujoshi. Adanya kesamaan mendukung mereka untuk membentuk suatu hubungan kelompok fujoshi. Pola *consulation*, disini sama halnya dengan pola yang pertama, dimana fujoshi mencari informasi dari akun fanbase yang mereka ikuti sebagai sumber informasi konten yaoi. Sedangkan untuk Pola *registration*, disini yang menjadi pusat untuk mengontrol konten fujoshi atau aktivitas fujoshi adalah dirinya sendiri. Diri dia sendiri menentukan pesan apa saja yang akan dia ambil dan seberapa banyak pesan yang disampaikan dalam menunjukkan identitas dia sebagai fujoshi di media sosial *instagram* yang dia miliki kesadaran itu didapatkan dari diri mereka sendiri yang mengamati dan merasa tertarik dengan konten fujoshi.

Paradigma konstruktivisme melihat bagaimana suatu realitas sosial di konstruksikan. Konsentrasi analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut di konstruksi, dengan cara apa konstruksi tersebut dibentuk. Dalam hal ini komunikasi dilihat sebagai faktor konstruksi itu sendiri. Dalam realitas fujoshi di media sosial instagram dalam penelitian ini,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

realitas fujoshi terbentuk melalui fujoshi yang merupakan pengguna media sosial *instagram* dalam memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi instagram tersebut. Cara mereka membentuk identitas mereka sebagai fujoshi melalui proses komunikasi dimana memanfaatkan fitur-fitur yang ada yaitu dari mulai membuat akun instagram, mengikuti akun-akun instagram fujoshi, membagikan foto atau video, dam melakukan pertukaran pesan yaitu menulis komentar dan menyukai foto atau video yang dibagikan , serta saling mengerim pesan melalui *direct massage*.

Dalam teori mengenai diri mempunyai tiga elemen yang sama. Pertama, semuanya mengandung kesadaran diri. Kedua *agency* yang mengacu pada kekuatan yang menggerakakkan seseorang untuk melakukan sesuatu. Elemen ketiga, disebut sebagai "*authobiography*" atau identitas seseorang yang memiliki sejarah dan masa depan.[78] Dalam pembentukan identitas fujoshi di media sosial *instagram* pada temuan hasil penelitian yang pertama ini terdapat 3 elemen yang sesuai dengan teori mengenai diri, yaitu

a. dimana yang pertama fujoshi di media sosial khususnya informan dalam penelitian ini secara sadar akan keberadaan dirinya yang secara aktif menggunakan media sosial untuk kepentingan yang berhubungan dengan yaoi.
b. Kekuatan untuk menggerakkann sesuatu, disini dalam pembentukan identitas fujoshi di media sosial *instagram* ini, para

[78] Daryanto, *Teori Komunikasi (*Yogyakarta: Gava Media, 2016*)*, hlm. 253-258

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fujoshi didasari oleh rasa suka mereka terhadap konten yaoi dan rasa ingin tahu mereka untuk mencari informasi dan hiburan yang berhubungan dengan yaoi yang membuat mereka secara aktif melakukan kegiatan-kegiatan dari mulai mengikuti akun-akun fanbase hingga membagikan dan menyukai foto yang berhubungan dengan yaoi demi memenuhi kepuasan dirinya sebagai seorang fujoshi.

Dalam *New Media* terdapat dua pandangan yaitu pendekatan interaksi sosial dan pendekatan integrasi sosial. Pendukung pandangan ini adalah *Pierre Levy* yang menulis buku berjudul *Cyberculture. Levy* memandang *world wide web* sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat. Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas. Media baru memberikan penggunaan yang terbuka dan fleksibel, tetapi dapat juga menyebabkan terjadinya kebingungan, dan kekacauan.[79]

Demikian halnya dengan dalam komunikasi yang dilakukan oleh fujoshi di media sosial, proses komunikasi yang terjadi pada

[79] Stephen W. Littke John, Karen A. Foss, *Teori Komunikasi (*Jakarta: Salemba Humanika, 2014*)*, hlm. 414

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

temuan penelitian kedua tersebut merupakan salah satu gambaran dari terjadinya proses pendekatan interaksi sosial dimana fujoshi di *instagram* lebih interaktif dan mempemudah mereka dalam menyebarkan hal baru yaitu pandangan mereka dalam konten yaoi . selain itu secara fleksibel bebas memanfaatkan fitur-fitur jejaring sosial *instagram* dalam menunjukkan identitasnya yaitu membagikan foto atau video. Di media sosial *instagram* juga mereka dapat memperluas dunia sosial mereka dengan berhubungan para fujoshi yang ada di *instagram*, dimana para fujoshi tersebut berada di tempat yang berbeda-beda. Dari hal-hal tersebut adanya konten yaoi yang belum banyak diketahui, dan yaoi yang merupakan konten yang masih banyak dibilang sebagai hal aneh atau sesuatu yang tidak normal dapat menimbulkan kekacauan bagi orang lain. Segala bentuk komunikasi dan penyebaran informasi yang baru dilakukan melalui fitur-fitur media sosial *Instagram* yaitu *Direct Massage* dan kolom komentar. Hal ini juga sesuai dimana bentuk komunikasi digunakan sebagai cara untuk mengkonstruksi dalam teori konstruktivisme.

Proses pendekatan integrasi sosial yang digambarkan dalam pembentukan identitas ganda fujoshi dalam pembentukan identitasnya di media sosial ini, dimana ritual-ritual atau dalam hal ini aktivitas para fujoshi di *instagram* dari mulai membagikan foto, mengikuti akun fujoshi tersebut membuat mereka dapat mengenali antara satu sama lain. Dengan interaksi mereka baik melalui *fake account* atau akun pribai mereka di media sosial ini terjadi kedekatan para fujoshi didasari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh ketertarikan mereka yang sama yaitu didunia yaoi membuat mereka saling berhubungan dan membentuk suatu kelompok.

Alferd Schutz mengungkapkan Konsep konstruksi sosial mengenail realitas sebagai sebuah realitas kehidupan sehari-hari bukan semata-mata realitas pribadi, tetapi berawal dari hubungan antar subyek yang dibagi, dialami, dan diartikan diantara teman-teman saya. Dalam situasi biografis yang unik, dimana seseorang menemukan dirinya dalam realitas pada suatu saat tertentu dari eksistensi, hanyalah bagian yang sangat kecil dari realitas yang dibentuk secara bersama-sama melalui hubungan dengan orang lain. Ada empat asumsi yang mendasari pemikiran tersebut, yaitu :

a. Suatu kejadian (realitas) tidak hadir dengan sendirinya secara obyektif, tetapi diketahui atau dipahami melalui pengalaman yang dipengaruhi oleh bahasa.
b. Realitas dipahami melalui kategori-kategori bahasa secara situasional yang tumbuh dari interaksi didalam suatu kelompok pada saat dan tempat tertentu.
c. Bagaimana suatu realitas dapat dipahami, ditentukan oleh konvensi-konvensi komunikasi yang dilakukan pada saat itu. Oleh karenanya, stabil tidaknya pengetahuan lebih tergantung pada variasi kehidupan sosial daripada realitas obyektif diluar pengalaman.
d. Pemahaman-pemahaman terhadap realitas yang tersusun secara sosial membentuk banyak aspek-aspek penting lain dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kehidupan. Bagaimana kita berpikir dan berperilaku dalam kehidupan shari-hari pada dasarnya merupakan persoalan bagaimana kita memahami realitas kita.

Dalam penelitian mengenai pembentukan identitas fujoshi melalui penggunaan media sosial *instagram* ini, proses komunikasi yang terjadi sesuai dengan asumsi terhadap konstruksi sosial yaitu sebagai berikut:

a. Dimana para fujoshi juga dipengarui oleh realitas sosial yang ada di lingkungan mereka.
b. Aturan-aturan atau aktivitas-aktivitas yang membentuk identitas fujoshi didasarkan pada pengalaman mereka dalam dalam menggunakan media sosial untuk melakukan komunikasi dengan sesama fujoshi. Ketiga informan menjelaskan dari pengalaman yang mereka alami, seseorang dikatakan fujoshi jika melakukan aktivitas baik verbal atau nonverbal yang sama dengan mereka yaitu mengikuti akun –akun fujoshi, artis yaoi, membagikan foto atau video di *instagram* mereka. Dalam arti lain segala realitas aturan-aturan yang menjadikan seseorang dikenali sebagai seorang fujoshi adalah berdasarkan interaksi yang tumbuh dari kelompok fujoshi ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tinjauan Islam Terhadap Fujoshi

Dijelaskan pada awal penelitian ini mengenai arti fujoshi. Fujoshi merupakan sebuah kata berasal dari jepang, yang ditujukan sebagai sebutan untuk para perempuan yang menyukai sesuatu diluar keadaan normal pada masyarakat, dalam hal ini adalah percintaan antara dua lelaki. Dalam agama islam homoseksual atau pasangan sejenis merupakan suatu hal yang keji dan merusak fitrah manusia dimana fitrahnya laki-laki berpasangan dengan perempuan . Perilaku seperti ini terjadi di kamu Nabi Luth, pada saat itu penduduk sodom yang merupakan kaum Nabi Luth merupakan kaum yang dimana mereka para laki-laki melakukan hubungan seksual dengan sebagai laki-laki untuk memenuhi kebutuhan biologisnya. Dalam Al-quran dijelaskan bagaimana kaum tersebut mendapat hukuman azab dari Allah SWT karena perilaku keji tersebut. Mereka mendapat azab dimana mata mereka di butakan dan mereka dihancurkan dengan Allah SWT membalikkan bumi mereka, terjadi hujan batu panas yang deras yang membuat mereka hancur dan musnah.[80]seperti yang sudah di firmankan Allah SWT dalam Surat Huud ayat 82:

فَلَمَّا جَآءَ أَمْرُنَا جَعَلْنَا عَٰلِيَهَا سَافِلَهَا وَأَمْطَرْنَا عَلَيْهَا
حِجَارَةً مِّن سِجِّيلٍ مَّنضُودٍ ﴿٨٢﴾

Artinya: “Maka tatkala datang azab kami, kami jadikan negeri kaum luth itu yang diatas ke bawah (kami balikkan), dan kami

[8080] Rafiudin, In’am Fadhali, “Lentera kisah 25 Nabi-Rasul” (Jakarta:Radarjaya, 1997), hlm 94-95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hujani mereka dengan batu dari tanah yang terbakar dengan bertubi-tubi" (Q.S. Huud : 82)

Pada saat ini hal yang menyangkut homoseksual atau pasangan sejenis mulai dapat ditemukan kembali, hal itu dikarenakan mulai maraknya isu LGBT yang belakangan ini menuai pro dan kontra. Selain itu pada saat ini juga terdapat banyak hiburan yang berhubungan dengan pasangan sejenis dari mulai film, drama, dan kartun manga diantaranya. Hal ini menunjukkan bahwa homoseksual atau pasangan sejenis sendiri dapat mudah ditemukan diantara kita saat ini. Hal ini juga yang membuat timbulnya kalangan perempuan-perempuan yang menyukai serial atau roamntisme homo atau bisa disebut fujoshi, yang menjadi subyek dalam penelitian.

Berdasarkan cerita yang terjadi pada kaum Nabi Luth, memberitahukan bahwa homoseksual merupakan sesuatu perbuatan yang keji dan sangat dilirang oleh Allah SWT, dan jika dilakukan azab yang didapat sangat pedih. Dalam hal ini mereka kaum fujoshi menyukai romantisme yang dilarang oleh Allah SWT, dapat dikatakan bahwa fujoshi merupakan suatu hal yang salah dalam agama islam, dalam hal ini mereka dianggap salah karena mereka menyukai sesuatu tidak sesuai dengan fitrah yang diberikan kepada manusia.

Hukum islam pada hakikatnya merupakan peraturan allah yang diberikan untuk menata pola kehidupan manusia. Peraturan yang ada dilaksanakan dengan kesadaran umat islam agar mengamalkannya, yaitu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melaksanakan setiap perintah Allah SWT dan menjauhi seluruh larangan Allah SWT yang telah terlulis dalam Al quran dan Hadits. Hal ini dapat menjelaskan bahwa dalam islam fujoshi merupakan tindakan yang salah dan sebagai umat islam yang taat kepada Allah SWT sebaiknya menjauhi hal tersebut karena sudah menjadi hakikat hukum islam untuk menjauhi segala sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT.

Dalam firman Allah SWT Al Quran Surat An-nahl ayat 125, menjelaskan bagaimana Allah SWT menyuruh rasulnya berseru kepada manusia agar mengajak mereka ke jalan Allah dengan hikmah dan kebijaksanaan dan nasihat anjuran yang baik dan jika orang itu mengajak berdebat, maka membantah dengan cara yang baik pula. Adapun firman Allah SWT sebagai berikut

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي
هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦ وَهُوَ أَعۡلَمُ
بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

Artinya : serulah (manusia) kepada jalan Tuhamu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dijalan-nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.[81]

[81] Quran surat an-Nahl, ayat 125.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan ayat tersebut, peneliti menghubungkannya dengan fenomena fujoshi yang menggunakan media sosial *instagram* dalam membentuk identitanya sebagai seorang fujoshi. Dalam menggunkan media sosial, seseorang haruslah bijak dalam menggunakannya. Instagram sendiri merupakan media sosial yang bebas di akses oleh siapapun tanpa terkecuali fujoshi. Dalam penggunaan instagramnya fujoshi membagikan sesuatu yang kontennya tidak sesuai dengan islam yaitu romantisme hubungan sesama jenis pada laki-laki. Disini masyarakat dapat secara luas mengetahui konten tersebut. Jadi dengan firman Allah Surat An-nahl ayat 125 tersebut menunjukkan bagaimana individu harus bijaksana dalam menyampaikan informasi dalam penggunaan media sosial dan bagi penerima informasi tersebut diharapkan dapat menolak atau mengigatkan dengan baik tanpa harus berdebat dan menyakiti satu sama lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "Konstruksi Identitas Fujoshi di Media Sosial Instagram", peneliti memperoleh data dan fakta yang diperoleh melalui proses wawancara dan observasi langsung terhadap akun-akun media sosial fujoshi yang menjadi informan dalam penelitian ini telah dikonfirmasi dengan teori-teori yang digunakan peneliti sebagai acuan penelitian ini, dapat diperoleh beberapa simpulan mengenai hal-hal yang menjadi fokus dalam penelitian konstruksi identitas seorang fujoshi ini. Simpulan dalam hal ini meliputi berbagai aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh *Korean Lovers* di Surabaya yang merupakan fujoshi dalam membangun identitas mereka sebagai seorang fujoshi berdasarkan fitur-fitur di media sosial instagram mereka dan proses pertukaran pesan yang dilakukan dengan antar sesama fujoshi yang lainnya di *Instagram*.

1. Aktivitas-Aktivitas Yang Dilakukan Oleh Fujoshi Di Media Sosial *Instagram* Dalam Membentuk Identitas Mereka Sebagai Seorang Fujoshi

Berdasarkan hasil dari analisis data yang dilakukan oleh peneliti maka simpulan yang dapat di dapatkan yaitu roses mereka membentuk identitas sebagai seorang fujoshi di media sosial *instagram* melalui 3 tahapan, yaitu pengamatan terhadap hal-hal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang berhubungan dengan fujoshi atau yaoi terlebih dahulu, ketertarikan terhadap konten yaoi dan rasa ingin mengekspresikan rasa sukanya, dan sehingga kemudian timbul tindakan atau *action* sebagai fujoshi di media sosial *instagram* dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial tersebut. Adapun pemanfaatan fitur-fitur tersebut sebagai berikut:

a. Membuat akun instagram, baik akun pribadi atau akun palsu (*fake account*)
b. Mengikuti akun-akun *instagram* yang berhubungan dengan yaoi dan fujoshi
c. Membagikan foto atai video yaoi
d. Melakukan pertukaran pesan dalam hal ini yaitu memanfaatkan *Direct massage*, menulis di kolom komentar, *caption* dan menyukai foto atau video yang dibagikan akun instagram lain, serta penulisan kata fujo di akun *instagram* mereka.

2. Pertukaran Pesan Antar Sesama Fujoshi Yang Dilakukan Fujoshi di

Media sosial, merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam berkomunikasi, begitupun juga *instagram*. *Instagram* digunakan sebagai media untuk berkomunikasi dengan fujoshi yang lain, proses pertukaran pesan atau komunikasi tersebut terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

proses pertukaran pesan yang dilakukan oleh fujoshi di media sosial *instagram* adalah sebagai berikut.

a. Bertukar pesan melalui direct massage
b. menulis di kolom komentar, *caption*, dan menyukai foto atau video yang dibagikan akun instagram lain
c. penulisan kata fujo di akun *instagram* mereka.

pesan yang disampaikan antara lain dari mulai kehidupan sehari-hari pasangan yaoi yang mereka suka, informasi film atau drama yaoi terbaru, hingga membicarakan kehidupan pribadi masing-masing dari fujoshi.

Bagi fujoshi, mereka menggunakan media sosial *instagram* sebagai media yang memberikan mereka informasi dan hiburan sesuai dengan minat mereka terhadap konten yaoi selain itu juga memberikan kepuasan untuk diri mereka sendiri. Hal tersebut didapat dari mereka yang mengikuti, posting video atau foto yang berhubungan dengan fujoshi.

A. Rekomendasi

1. Bagi para informan yang menggunakan media sosial *instagram* baiknya lebih bijak dalam menggunakan media sosial *instagram*. karena disini media sosial adalah media yang siapa saja dapat menggunakan dan digunakan dalam hal apapun, lebih bijak saja sebagai seorang masyarakat maya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagi pembaca agar dapat selektif dalam memilih informasi yang ada di media sosial dan lebih bijak dalam menggunakan media sosial.
3. Bagi program studi komunikasi, pada saat ini komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung tetapi dengan adanya perkembangan teknologi proses komunikasi dapat dilakukan melalui media-media komunikasi lain salah satunya media online dan sosial media. Semakin banyaknya fenomena penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi peneliti dalam hal ini menyarankan agar bagi pembaca penelitia ini agar lebih mengembangkan penelitian terkait dengan media sosial sebagai pembelajaran studi komunikasi yang lebih mendalam.
4. Bagi pengembangan dakwah, diharapkan diambil dari sisi positif yang dimana penggunaan media sosial saat ini sangat banyak digunakan dan efisien dalam membangun sebuah hubungan memberikan informasi, mungkin dengan ini dapat dijadikan acuan bagimana cara-cara yang efektif untuk seseorang dapat memberikan atau mencari informasi bahkan menyebarkan dakwah juga bisa melalui media sosial.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Daftar Pustaka

Ayun, Primada Qurrota. 2015." Fenomena Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *Jurnal Channel*. Vol. 3 No. 2

Ayundyasari, Dara. "Konstruksi Makna Gay Para Penggemar Manga Yaoi (Fujoshi) pada Anggota Komunitas Otaku di PekanBaru", *JOM FISISP*. Vol. 3 No. 2.

Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies Teori dan Praktik* . Yogyakarta:Kreasi Wacana.

Barn House, Ruth Tiffany. 1988. *Identitas Wanita Bagaimana Mengenal dan Membentuk Citra Diri*. Yogyakarta: Kanisius.

Bungin, Burhan. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa (kekuatan pengaruh media massa,iklan televisi, dan kepuasan konsumen serta kritik terhadap Peter L.Burger dan Thomas Luckmann)*. Jakarta:Kencana Media Group.

---------- 2006. *Sosiologi Komunikasi teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di Masyarakat)*". Jakarta:Kencana Media Group.

Arif, Choirul. 2014. *Dasar-dasar Kajian Budaya dan Media*. Surabaya:Cahaya Intan.

Daryanto. 2016. *Teori Komunikasi* .Yogyakarta Gava Media.

Dewi, Putri Andam. 2012. "Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia*". Jurnal Lingua Cultura*. Vol.6 No.2.

Fauziyah, Rizka. "Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial (Studi deskriptif kualitatfi tentang pengguna media sosial twitter pada Hottest Indonesia sebagai Followers Fanbase @taeckhunID, @2Pmindohottest dan ikon account @Khunnie0624)". *Jurnal Perpustakaan Universitas Sebelas Maret* .

Jalaludin, Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

John, Little, dkk. 2014. *Teori Komunikasi* . Jakarta: Salemba Humanika.

Kurnia, Novi. 2005. "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru : Implikasi Terhadap Teori Komunikasi*". Jurnal Mediator*. Vol.6 No.5.

Marsito. 2007. "Konstruksi Realitas dalam (Bahasa) Media, *Jurnal Komunikasi Massa*. Vol. 1, No. 1.

Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa.* Jakarta: Pranadamedia.

Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber.* Jakarta:Kencana Media Group.

Rafiudin, In'am Fadhali. 1997. *Lentera kisah 25 Nabi-Rasul*. Jakarta:Radarjay.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Romli, Asep Syamsul. 2012. *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online.* Bandung:Nuansa Cendikia.

Pasaribu, Arisai Olga. "Konstruksi Identitas Diri Remaja Pengguna Media Instagram di Kota Medan".

Severin, Werner J, Tankard, James W. 2001. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa.* Jakarta:PrenadaMedia Group.

Situmorang, James R. "Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan, dan Sosial Budaya", *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.8 No. 1.

Subagio, Athiraniday. "Studi Analisis Resepsi Komunitas Fujoshi di Surabayadan Sekitarnya Terhadap Gay Relationship di Film Barat", *Tesis Pascasarjana* Universitas Airlangga.

Suprapto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta:Mediapress.

Vani, Soraya Ayu. 2013. "Pengaruh Budaya KPOP Terhadap Sikap Remaja di Surabaya", *Skripsi Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, UPN Surabaya*.

Winduwati, Septia. "fujoshi Remaja dan Kenikmatan Bermedia Yaoi (Studi Kasus pada Remaja Putri Penggemar Fiksi Romantis Homoerotis Jepang)"

Zubaidi, Advan Navis. 2011. "Publik dalam Media Baru (www.kaskus.us)". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 1, No. 2.

Internet

Yearry Panji Setianto " Komunikasi dan Konstruksi sosial atas Realitas" dalam https://yearrypanji.wordpress.com/2008/06/04/komunikasi-dan-konstruksi-sosial atas-realitas/, di akses pada tanggal 03 januari 2018 pukul 10.07.

Geografi Kota Surabaya, dalam http://www.surabaya.go.id/berita/8227-geografi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id