

**KAJIAN SEMIOTIKA *FUJOSHI* DALAM MEMAKNAI  
KONTEN *YAOI* DI GRUP *TELEGRAM NOMIN SHIPER***

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan Pada Jurusan Sosiologi FIS UNP*



**Oleh:**

**PRICILIA VESKY**

**NIM. 17058200**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI**

**JURUSAN SOSIOLOGI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2021**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

KAJIAN SEMIOTIKA *FUJOSHI* DALAM MEMAKNAI  
KONTEN *YAOI* DI GRUP *TELEGRAM NOMIN SHIPER*

Nama : Pricilia Vesky  
NIM/TM : 17058200/2017  
Program Studi : Pendidikan Sosiologi  
Jurusan : Sosiologi  
Fakultas : Ilmu Sosial  
Program : Sarjana (SI)

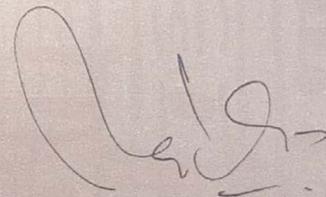
Padang, Agustus 2021

Mengetahui,  
Dekan FIS UNP,



Dr. Siti Fatimah, M.Pd, M.Hum  
NIP. 19610218 198403 2001

Disetujui Oleh,  
Pembimbing



Mira Hasti Hasmira, SH, M.Si  
NIP. 19790515 200604 2 003

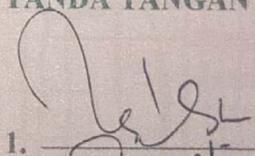
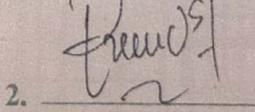
**HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI**

**Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Pendidikan Sosiologi Jurusan Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang  
Pada Hari Senin 23 Agustus 2021**

**KAJIAN SEMIOTIKA *FUJOSHI* DALAM MEMAKNAI  
KONTEN *YAOI* DI GRUP *TELEGRAM NOMIN SHIPER***

**Nama** : Pricilia Vesky  
**NIM/TM** : 17058200/2017  
**Program Studi** : Pendidikan Sosiologi  
**Jurusan** : Sosiologi  
**Fakultas** : Ilmu Sosial  
**Program** : Sarjana (SI)

**Padang, Agustus 2021**

<b>TIM PENGUJI</b>	<b>NAMA</b>	<b>TANDA TANGAN</b>
1. Ketua	: Mira Hasti Hasmira, SH., M.Si	1. 
2. Anggota	: Erda Fitriani, S.Sos., M.Si	2. 
3. Anggota	: Mohammad Isa Gautama, S.Pd., M.Si	3. 

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pricilia Vesky  
NIM/TM : 17058200/2017  
Program Studi : Pendidikan Sosiologi  
Jurusan : Sosiologi  
Fakultas : Ilmu Sosial

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul “Kajian Semiotika *Fujoshi* dalam Memaknai Konten *Yaoi* di Grup *Telegram Nomin Shiper*” adalah benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukuman sesuai dengan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun masyarakat dan negara.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggungjawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Padang, September 2021

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Sosiologi**



**Dr. Eka Vidya Putra, S.Sos., M.Si**  
**NIP.19731202 200501 1 001**

**Saya yang menyatakan**



**Pricilia Vesky**  
**NIM.17058200**

## ABSTRAK

### Pricilia Vesky. 2021. “Kajian Semiotika *Fujoshi* dan *Yaoi* di Grup *Telegram Nomin Shiper*”

Penelitian ini dilakukan karena ketertarikan peneliti dalam fenomena *fujoshi* dan *yaoi* yang tidak banyak diketahui oleh orang umum. *Fujoshi* merupakan istilah yang ditunjukkan kepada perempuan yang menyukai kisah homoerotis. Sedangkan *Yaoi* berarti genre suatu cerita atau film yang menceritakan kisah homoerotis, genre *yaoi* ini sangat digemari oleh *fujoshi* karena di sana mereka bisa memuaskan hasrat mereka untuk menikmati konten percintaan antara dua lelaki atau lebih. *Fujoshi* dalam penelitian ini mengkhususkan pada *fujoshi* yang tergabung dalam grup telegram bernama *Nomin Shiper*. Grup ini membahas pasangan *yaoi* dari *idol boyband* terkenal dari Korea Selatan yaitu Jeno dan Jaemin. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu makna dibalik tanda dalam foto, video, percakapan, emoji atau *sticker*, *fake dialogue*, serta kegiatan-kegiatan yang ada dalam grup *Nomin Shiper* dengan menggunakan ilmu semiotika.

Penelitian ini menggunakan teori denotasi dan konotasi (*Two Orders of Signification*) dari Roland Barthes. Teori Barthes menjelaskan kemanusiaan yang memaknai hal-hal atau *things*. Denotasi merupakan kata tingkat pertama yang dikenal oleh sebagian orang, sementara konotasi diartikan sebagai kata tingkat kedua yang maknanya berbeda dari setiap orang karena makna itu terbentuk dari si pembaca. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian semiotika. Teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 144 informan dengan rincian 138 informan intens mengirim komentar di grup *Nomin Shiper*, 6 informan merupakan admin yang dilakukan wawancara, dan pengambilan data lebih difokuskan pada makna dibalik tanda-tanda yang ada dalam grup *Nomin Shiper* dengan mengandalkan kontribusi anggota grup. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, serta dokumentasi yang dianalisis dengan menggunakan teori denotasi dan konotasi dari Roland Barthes.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa grup *Nomin Shiper* merupakan grup khusus *fujoshi* yang menyukai hubungan romantis antara Jeno dan Jaemin. Terlihat dari reaksi mereka dalam menunjukkan kebahagiaan, kesukaan, atau kepuasan batin dari menikmati konten *yaoi* yang diposting admin dalam grup tersebut seperti foto, video, percakapan, dan hal lainnya yang menjurus hal serupa. Anggota grup *Nomin Shiper* memaknai kedekatan Jeno dan Jaemin dari sudut pandang yang berbeda dari penggemar biasa, terlihat dari tanda konotasi dari Barthes anggota grup *Nomin Shiper* memaknai foto atau video kedekatan Jeno dan Jaemin sebagai sepasang kekasih, bukan sahabat. Kemudian analisis mitos dari Barthes menunjukkan bahwa anggota grup sangat meyakini bahwa Jeno dan Jaemin memang menjalin hubungan secara diam-diam. Penelitian ini juga dimaknai perilaku menyimpang dilihat dari sosiologi.

**Kata Kunci : *fujoshi*, *yaoi*, *Telegram*, semiotika**

## **Abstarck**

### ***Pricilia Vesky. 2021. "Fujoshi and Yaoi Semiotics Study in Nomin Shiper Telegram Group"***

*This research was conducted because of the researcher's interest in fujoshi and yaoi phenomena which are not widely known by the general public. Fujoshi is a term used for women who like homoerotic stories. While Yaoi means the genre of a story or film that tells a homoerotic story, this genre of yaoi is very popular with fujoshi because there they can satisfy their desire to enjoy content between two or more men. The fujoshi in this study are the fujoshi who are members of the telegram group named Nomin Shiper. This group discusses the yaoi couple from the famous idol boyband from South Korea, namely Jen0 and Jaemin. This study aims to find out the meaning behind the signs in photos, videos, conversations, emojis or stickers, fake dialogues, and activities in the Nomin Shiper group using semiotics.*

*This study uses the theory of denotation and connotation (Two Orders of Signification) from Roland Barthes. Barthes theory explains humanity that gives meaning to things or things. Denotation is a first-level word that is known by some people, while connotation is defined as a second-level word whose meaning is different from everyone because the meaning is formed from the reader. This research uses an approach approach with the type of semiotic research. The information selection technique uses a purposive sampling technique with 144 informants with details of 138 informants sending comments in the Nomin Shiper group, six informants are admins who are interviewed, and data collection is more on the meaning behind the signs in the Nomin Shiper group by relying on the contributions of members group. Data was collected by means of observation, interviews, and documentation which were analyzed using the denotation and connotation model of Roland Barthes.*

*The results of this study indicate that the Nomin Shiper group is a special fujoshi group who likes the romantic relationship between Jen0 and Jaemin. It can be seen from the reactions in showing happiness, liking, or inner satisfaction from enjoying yaoi content posted by admins in the group such as photos, videos, conversations, and other things that lead to the same thing. Nomin Shiper group members interpret Jen0 and Jaemin's closeness from a different perspective from ordinary fans, as seen from the connotation sign of Barthes, Nomin Shiper group members interpret photos or videos of Jen0 and Jaemin's closeness as lovers, not friends. Then the myth analysis from Barthes showed that the group members firmly believed that Jen0 and Jaemin were indeed in a secret relationship. This research can also be interpreted as a deviant behavior from sociology.*

***Keywords: fujoshi, yaoi, Telegram, semiotics***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan pada Allah SWT, tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-NYA dan shalawat serta salam yang dilimpahkan pada Nabi Muhammad SAW hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi (S1) pada Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial di Universitas Negeri Padang dengan judul “Kajian Semotika *Fujoshi* dan *Yaoi* di Grup *Nomin Shiper*”.

Terimakasih peneliti ucapkan kepada mama tercinta yaitu Eva Yuliarti, yang tulus memberi kasih sayang, cinta, doa, nasihat, dan dukungan yang selalu diberikan kepada peneliti sehingga peneliti terus bersemangat menyelesaikan karya tulis ini. Terimakasih juga peneliti ucapkan pada Demita Diana Bunga Asih, Yulia Anggraini Putri, dan Vira Julita yang membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini. Kepada Demita yang memberi saran masukan serta memberi peneliti sejumlah informasi tambahan tentang masalah yang peneliti angkat, selain itu dukungan yang selalu demita sampaikan saat peneliti jenuh dengan memberi semangat. Lalu kepada Yulia yang juga membantu memberi nasihat dan masukan tentang penelitian ini, juga mendengar keluh kesah peneliti akan sulitnya menyelesaikan karya ilmiah ini. Kepada Vira yang mau meluangkan waktu untuk membantu peneliti dalam membenarkan ejaan dan tanda baca yang sangat meringankan beban peneliti. Terimakasih juga pada adik peneliti Ihsan Rizal yang meminjamkan laptopnya pada peneliti sementara adik peneliti juga memerlukan laptop untuk kuliah dan bekerja. Selanjutnya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Mira Hasti Hasmira, SH., M.Si sebagai pembimbing skripsi yang telah membimbing peneliti dengan penuh kesabaran juga memberi masukan dan saran kepada peneliti yang sangat membantu peneliti untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Terimakasih kepada

Ibu Mira yang telah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti disela-sela kesibukan beliau.

2. Bapak Eka Vidya Putra, S.Sos., M.Si sebagai Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial
3. Dosen Jurusan Sosiologi yang telah memberikan ilmu dan mengembangkan wawasan peneliti selama menjalankan masa perkuliahan serta Staf Administrasi Jurusan Sosiologi yang membantu peneliti menyelesaikan pendaftaran untuk Seminar Proposal dan hal lainnya.
4. Kepada admin grup *Nomin Shiper* yang memperbolehkan peneliti melakukan penelitian di grup tersebut dan bersedia peneliti wawancara untuk mengumpulkan data disaat peneliti dan admin grup *Nomin Shiper* tidak saling mengenal dan wawancara yang dilakukan secara *online*, tapi para admin tetap mau berbagi informasi kepada peneliti.
5. Kepada Intan, Devi, Lusiana, Reza, dan Rahma yang setia menemani peneliti disetiap momen bahagia dan turut memberi masukan kepada peneliti selama menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Serta semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.

Padang, Juni 2021

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTARCK</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
A. Kajian Teori .....	15
B. Penelitian yang Relevan.....	18
C. Kerangka konseptual .....	20
1) Semiotika.....	20
2) <i>Fujoshi</i> .....	21
3) <i>Yaoi</i> .....	25
4) <i>Telegram</i> .....	28
D. Kerangka Berpikir.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
A. Lokasi Penelitian.....	33
B. Pendekatan dan Tipe Penelitian .....	33
C. Pemilihan Informan Penelitian.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
a) Observasi .....	37
b) Wawancara. ....	38
c) Studi Dokumentasi .....	41
E. Triangulasi data .....	42
F. Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>48</b>
A. Temuan Umum.....	48
1. Gambaran Umum <i>channel Nomin Bar</i> dan grup <i>Nomin Shiper</i> .....	48
2. Profil <i>NCT Dream</i> .....	57
B. Temuan Khusus.....	60
1. Postingan (foto) admin dalam <i>channel Nomin Bar</i> .....	60
2. Percakapan antar anggota grup <i>Nomin Shiper</i> .....	74
3. Emoji dan <i>sticker</i> yang digunakan anggota grup <i>Nomin Shiper</i> .....	92
4. Makna tanda dalam video yang dibagikan dalam grup <i>Nomin Shiper</i> .....	103
5. Postingan <i>fake dialogue</i> dalam grup <i>Nomin Shiper</i> .....	122
6. Kegiatan anggota grup <i>Nomin Shiper</i> untuk saling merekomendasikan cerita bergenre <i>yaoi</i> serta AU. ....	140

7. Kegiatan anggota grup <i>Nomin Shiper</i> untuk saling berbagi informasi terbaru tentang Jeno dan Jaemin .....	153
C. Analisis Kajian Semiotika <i>Fujoshi</i> dalam Memaknai Konten <i>Yaoi</i> di Grup <i>Telegram Nomin Shiper</i> .....	170
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	178
A. Kesimpulan .....	178
B. Saran .....	179
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Bagan teori denotasi dan konotasi Roland Barthes.....	15
Tabel 3.1. Bagan teori denotasi dan konotasi Roland Barthes.....	45
Tabel 4.1. Profil NCT Dream.....	57
Tabel 4.2. Postingan admin.....	60
Tabel 4.3. Postingan admin.....	64
Tabel 4.4. Postingan admin.....	68
Tabel 4.5. Postingan admin.....	71
Tabel 4.6. Percakapan anggota grup <i>Nomin Shiper</i> .....	75
Tabel 4.7. Percakapan anggota grup <i>Nomin Shiper</i> .....	78
Tabel 4.8. Percakapan anggota grup <i>Nomin Shiper</i> .....	82
Tabel 4.9. Percakapan anggota grup <i>Nomin Shiper</i> .....	86
Tabel 4.10. Percakapan anggota grup <i>Nomin Shiper</i> .....	90
Tabel 4.11. Penggunaan <i>sticker</i> di grup <i>Nomin Shiper</i> .....	94
Tabel 4.12. Penggunaan <i>sticker</i> di <i>Nomin Shiper</i> .....	96
Tabel 4.13. Penggunaan <i>sticker</i> di grup <i>Nomin Shiper</i> .....	99
Tabel 4.14. Penggunaan <i>sticker</i> di grup <i>Nomin Shiper</i> .....	101
Tabel 4.15. Postingan video di grup <i>Nomin Shiper</i> .....	104
Tabel 4.16. Postingan video di grup <i>Nomin Shiper</i> .....	109
Tabel 4.17. Postingan video di grup <i>Nomin Shiper</i> .....	112
Tabel 4.18. Postingan video di grup <i>Nomin Shiper</i> .....	116
Tabel 4.19. Postingan video di grup <i>Nomin Shiper</i> .....	120
Tabel 4.20. Konten <i>fake dialogue</i> .....	123
Tabel 4.21. Konten <i>fake dialogue</i> .....	126
Tabel 4.22. Konten <i>fake dialogue</i> .....	130
Tabel 4.23. Konten <i>fake dialogue</i> .....	133
Tabel 4.24. Konten <i>fake dialogue</i> .....	137
Tabel 4.25. Rekomendasi cerita yaoi.....	145
Tabel 4.26. Rekomendasi cerita yaoi.....	148
Tabel 4.27. AU buatan admin.....	151

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.Bagan kerangka berpikir.....	30
Gambar 4.1.Postingan pertama Hatakio di <i>channel Nomin Bar</i> .....	49
Gambar 4.2.Video dan konten RP.....	50
Gambar 4.3.Salah satu library Wattpad anggota grup <i>Nomin Shiper</i> .....	52
Gambar 4.4.Perubahan nama dan foto profil grup <i>Nomin Shiper</i> .....	53
Gambar 4.5.Postingan <i>fake dialogue</i> pertama.....	54
Gambar 4.6.Logo <i>Nomin Bar</i> .....	56
Gambar 4.7.Genre harem, genre <i>angst</i> .....	142
Gambar 4.8.Genre omegaverse, genre <i>soft</i> .....	143
Gambar 4.9.Rekomendasi AU dari admin.....	144
Gambar 4.10.AU yang ditulis oleh salah satu admin.....	144
Gambar 4.11. <i>Bubble update</i> dari Jen0 dan Jaemin.....	154
Gambar 4.12. <i>Update</i> video terbaru <i>NCT Dream</i> .....	155
Gambar 4.13.Salah satu shortstorry yang di buat amsy.....	162

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Istilah *fujoshi* berasal dari negara Jepang yang memiliki arti *rotten lady* atau disebut juga perempuan busuk. Julukan tersebut diberikan kepada perempuan yang memiliki kebiasaan atau kesukaan di luar batas normal pada umumnya, yaitu perempuan yang menyukai hubungan romantis antara dua laki-laki, baik berupa film atau cerita bergenre homoerotis. Fenomena *fujoshi* muncul sekitar tahun 1970-an di Jepang ketika komik bergenre *yaoi* pertama kali diterbitkan, yaitu komik yang menceritakan kisah homoerotis (Ani, 2018). Pada awalnya istilah *fujoshi* hanya ditunjukkan kepada penggemar manga Jepang dengan jenis kelamin perempuan, sementara untuk laki-laki disebut *otaku*. Tapi entah sejak kapan istilah *fujoshi* ini mulai memiliki pengertian negatif untuk perempuan yang menyukai kisah romantis pria.

Seiring dengan berjalannya waktu istilah *fujoshi* mulai dikenal di beberapa negara. Penggemar *fujoshi* tidak hanya membaca komik *yaoi* asal Jepang saja, mereka mulai menyukai hal-hal berbau *yaoi* yang berasal dari negara lain, seperti China, Thailand, Korea Selatan, atau negara lain yang memiliki karya bertema gay. China pada akhir tahun 1980-an mulai mengenal istilah *fujoshi* dari Jepang setelah munculnya *tanbi comics* yang memiliki tema percintaan antara lelaki, *tanbi comics* merupakan komik yang fokus pada hubungan percintaan antara lelaki yang populer

dikalangan wanita, istilah ini digunakan pada tahun 1960-an. Hingga pada akhir tahun 1990 komik *tanbi* khas China mulai ditulis dan dipublikasikan secara *online* dengan pembaca yang masih sedikit. Akan tetapi antara tahun 2005-2006 komik ini mulai sangat populer dan memiliki banyak penulis dan penggemar (Wang, 2011).

Selain China, negara Thailand dikenal sebagai negara yang sering memproduksi film bertema gay menyebabkan istilah *fujoshi* sudah tak asing lagi pada penggemar perempuan yang menyukai genre homo tersebut. Adapun film atau *series* bertema gay asal Thailand seperti: *Baker Boys*, *Call it What You Want*, *Enchante*, *Fish Upon the Sky*, *The Love of Siam*, *Love's Coming*, *Bangkok Love Story* dan masih banyak lagi. Beberapa film *yaoi* buatan Thailand hanya dapat diakses oleh *fujoshi* dari Thailand melalui aplikasi *LINE TV*, akan tetapi dengan canggihnya teknologi *fujoshi* dari negara lain juga dapat mengakses film gay tersebut (Azuraa, 2019). Adegan-adegan dalam film juga ditampilkan secara jelas tanpa disensor, seperti berpelukan, berciuman, atau hubungan intim. Aktor-aktor yang memerankan film gay atau *yaoi* ini bahkan memiliki *fan club* yang didirikan oleh *fans fujoshi*.

Selain di negara Thailand dan China, Korea juga sudah umum dengan istilah *fujoshi*, lebih tepatnya ditunjukkan pada penggemar perempuan yang menyukai K-Pop *idol*. Murakami dan Bryce (dalam Shella, 2019) menemukan bahwa genre *yaoi/gay* memiliki peminat yang lumayan banyak, tidak hanya dalam anime atau manga dewasa genre *yaoi* juga

populer dikalangan penggemar K-Pop. Penggemar K-Pop seringkali salah mengartikan kedekatan antar *idol* pria dan memasangkan mereka layaknya kekasih, hal ini terjadi karena *idol* K-Pop sering melakukan interaksi intim untuk menyenangkan *fans* berupa berpelukan, berpegangan tangan, memberi ciuman, dan masih banyak lagi. Interaksi intim seperti ini dapat diakses dengan mudah melalui media *online* dimana para *fans* membuat video kompilasi yang disertai editan romantis, sehingga jumlah *K-Popers fujoshi* mulai banyak terlihat dari keaktifan mereka di berbagai media sosial dengan menampilkan konten *yaoi* dengan tokoh *idol* pria kesukaan.

Penggemar K-Pop lebih suka *idol* pria mereka dipasangkan dengan sesama lelaki, hal itu terjadi karena mereka tidak suka jika *idol* pria dipasangkan dengan perempuan, oleh karena itu penggemar K-Pop mendapat kepuasan batin jika sesama *idol* pria dipasangkan layaknya kekasih. Dari hasil imajinasi mereka mulai banyak bermunculan pasangan *idol* pria yang menurut mereka cocok dilihat dari kedekatan antar *member*.

Penggemar *fujoshi* Jepang, Korea, Thailand atau negara lain tak hanya berdasarkan film, cerita fiksi, atau foto semata. Melainkan pasangan gay asli di dunia nyata juga digemari oleh *fujoshi*. Semenjak suara LGBT mulai sering didengar, pasangan gay sudah tak malu lagi mengakui bahwa mereka pasangan sejenis, bahkan beberapa diantara mereka mengaku dengan gamblang di sosial media, dan mendapat dukungan penuh dari *fujoshi* atau segelintir orang umum. Bahkan untuk menunjukkan dukungan

mereka, ada pula *fujoshi* yang mengaku sebagai penggemar pasangan gay tersebut.

Dalam masyarakat umum penggemar *fujoshi* dianggap memiliki perilaku menyimpang dan dipandang rendah oleh masyarakat. Menyukai hubungan homoseksual masih sangat tabu dalam masyarakat, tak jarang *fujoshi* kerap mendapat komentar negatif di media sosial, oleh karena itu banyak *fujoshi* yang menutupi identitas asli mereka agar tak dihujat oleh orang lain. Belum lagi konten *yaoi* yang disukai *fujoshi* mengandung unsur pornografi yang menampilkan adegan-adegan dewasa yang tak seharusnya dilihat oleh seorang perempuan, konten pornografi yang menampilkan hubungan intim antara sesama lelaki ini sangat digemari oleh *fujoshi*, sehingga *fujoshi* dianggap menjijikkan oleh orang umum. *Fujoshi* juga dianggap lesbi karena gemeran mereka itu, tapi belum ada bukti pasti yang menunjukkan seorang *fujoshi* memiliki orientasi yang melenceng.

Penggemar *fujoshi* semakin bertambah tiap tahunnya, baik dari kalangan remaja hingga dewasa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Andita Putri G (2018) perempuan penggemar *fujoshi* kebanyakan berada di wilayah Jabodetabek, khususnya daerah Tangerang (23%), Jakarta (18%), Bogor (16%), dan Bekasi (10%). Sedangkan berdasarkan usia perempuan yang banyak mengakses konten *fujoshi* berada diusia 22-24 tahun (24%) dan usia 19-21 tahun (20%). Dalam penelitian yang sama remaja perempuan yang memeluk agama Islam cenderung lebih sering mengakses atau menjadi *fujoshi*. Hal itu dapat dilihat bahwa agama Islam terdapat

pada urutan pertama dengan angka 71%, angka tersebut sangat besar dibanding dengan agama Katolik yang memperoleh 10% dan agama lainnya.

Adapun istilah lain yang merujuk tentang gay dalam kalangan *fujoshi*, yaitu *yaoi*. *Yaoi* diartikan sebagai genre suatu buku atau siaran TV yang menampilkan hubungan romansa antar lelaki, istilah *yaoi* juga dikenal dengan *bromance*, *boyslove* atau *BL*. Tema yang biasa digunakan dalam cerita *yaoi* seperti tabu sosial, pemerkosaan, kekerasan seksual, dan lain-lain. Para penggemar cerita *yaoi* atau *fujoshi* ini kerap disebut perempuan berotak kotor karena tema cerita *yaoi* yang mengandung unsur pornografi seperti tema di atas, selain tema tadi masih ada beberapa tema lain yang sering ditemukan dalam cerita bergenre *yaoi* yaitu cerita yang menampilkan penyimpangan seksualitas layaknya pedofilia, BDSM, incest, pemerkosaan dengan obat-obatan, serta berbagai jenis *kinks* dalam berhubungan intim (Basu, 2021).

Kepopuleran komik *yaoi* berkembang dan terus menyebarkan pengaruhnya hingga memunculkan komik *yaoi* local dari negara lain, seperti Asia Tenggara dan Amerika. Perkembangan komik *yaoi* di negara tersebut terjadi secara *online* dengan memanfaatkan perkembangan internet. Tahun 2006 hasil penelitian menunjukkan jumlah halaman web tentang komik *yaoi* di Spanish mencapai angka 639.000 halaman, Italia dengan 181.000 halaman, sementara Inggris mencapai 3.740.000 halaman. Sedangkan China halaman web terkait *fandom yaoi* mencapai 100.000.000

pada tahun 2016 (CHEN Min, 2017). Untuk memenuhi keinginan batin, penggemar *fujoshi* kerap mengakses cerita atau film bertema *yaoi* di blog atau dalam suatu aplikasi. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi komik atau film bertema *yaoi* sangat mudah didapatkan, peredaran komik *yaoi* tak bisa ditemukan dengan mudah di toko buku. Akan tetapi sekarang ini komik *yaoi* bisa diakses dengan mudah di internet dalam beberapa aplikasi atau situs internet yang tersedia secara umum tanpa kesulitan mengaksesnya. Komik-komik *yaoi* ini bisa menjadi sangat populer bagi *fujoshi* dikarenakan kesan keintiman serta fantasi murni yang nyaman untuk dinikmati (Williams, 2020).

Pada penelitian ini akan membahas fenomena kesukaan *fujoshi* terhadap konten *yaoi* yang digemari oleh penggemar *boyband* asal Korea Selatan. Penggemar *fujoshi*, khususnya *K-Popers*, menjadikan idola kesukaan mereka sebagai target berimajinasi. *K-Popers* sering memasangkan antar *idol* pria untuk menjadi sepasang kekasih, dan menikmati waktu luang mereka untuk membuat konten atau cerita *fanfiction* bertema *yaoi* dan menguploadnya di berbagai situs sosial media. Di platform *TikTok*, konten *yaoi* dengan tokoh *idol* pria banyak ditemukan yang dibuat sendiri oleh penggemar K-Pop. Konten yang dibuat seperti *roleplayer*, momen manis antar *idol* pria, atau ‘kehidupan keluarga’ dari pasangan *idol* pria tersebut. Selain konten *yaoi* dalam bentuk video, penggemar juga menyukai cerita-cerita *yaoi* yang merupakan lahan

imajinasi mereka. Bahkan ada grup khusus yang membahas konten *yaoi* dari pasangan *idol* pria terkenal.

Penggemar konten *yaoi* K-Pop memiliki simbol yang memiliki makna dalam untuk mengartikan foto atau video kedekaan antar *idol* pria. Foto yang terlihat umum dimata orang biasa justru terlihat ‘berbeda’ bagi mereka. Simbol tersebut memiliki dua komponen penting yaitu tanda dan makna. Setiap manusia mengandalkan tanda agar bisa melakukan komunikasi untuk membahas informasi dengan manusia lainnya, dibalik tanda tersebut lahirlah berbagai makna sesuai isi pikiran si pembacanya. Pembaca itulah yang akan menciptakan makna tersendiri dari tanda yang dia temukan (Sobur, 2020).

Forum diskusi untuk membahas konten *yaoi* mudah ditemukan dalam berbagai media sosial, salah satunya *Telegram*. *Telegram* merupakan sosial media yang lumayan sering diakses oleh sebagian orang. Seperti aplikasi *WhatsApp*, *Telegram* juga memiliki fitur grup yang setiap anggotanya bisa berdiskusi dengan bebas dalam grup tersebut. Bedanya, *WhatsApp* memiliki fitur grup yang mengundang orang lain melalui tautan undangan atau di undang oleh admin, dan memiliki keterbatasan dalam menerima anggota grup yaitu, 256 orang. *WhatsApp* juga tak bisa berbagi file dengan ukuran besar, hanya dibatasi sampai 16 MB. Sementara *Telegram* miliki fitur yang lebih menarik dari *WhatsApp*. Media sosial ini memiliki dua fitur yang unik, yaitu *channel* dan grup. *Channel* merupakan fitur *Telegram* yang memungkinkan penggunaannya berbagi informasi dengan banyak

orang, di fitur *channel* orang yang mengikuti *channel* tersebut tak bisa mengirimkan pesan. Karena hanya admin yang bisa mengirim pesan pada fitur tersebut, admin merupakan pemilik dari *channel*. Orang yang mengikuti sebuah *channel* biasanya di sebut dengan *subscriber*, dimana *subscriber* sebuah *channel* jumlah anggotanya bisa mencapai ratusan ribu *subscribers* atau dengan kata lain *channel* bisa diikuti oleh siapapun tanpa batas maksimal, sejauh yang peneliti temui terdapat *channel* yang memiliki 35.000 *subscribers*. Sementara fitur grup sedikit berbeda dengan *channel*, dalam grup *Telegram* bisa terjadi komunikasi dua arah. Orang yang tergabung dalam grup *Telegram* biasanya disebut anggota atau *member*, yang setiap grup dibatasi jumlahnya sampai 200.000 akun. Pada grup chat di *Telegram* pengguna bisa melihat informasi berapa *member* yang sedang *online*. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *Telegram* memiliki fitur yang lebih menarik dari media sosial lain untuk berbagi berita dan menyediakan grup besar untuk berdiskusi.

Dalam media sosial *Telegram* terdapat berbagai *channel* dan grup yang semakin berkembang setiap hari. Penelitian ini akan membahas salah satu grup yang membahas khusus mengenai konten *yaoi* mengenai pasangan *idol* pria dari *boyband* asal Korea Selatan, yaitu grup *Nomin Shiper*. Grup *Nomin Shiper* merupakan forum diskusi dari *channel Nomin Bar* dan memiliki beberapa admin yang berbagi mengenai foto-foto ‘mesra’ antara dua *idol* tersebut. Foto yang dibagikan admin di *channel Nomin Bar* akan didiskusikan oleh para *subscribers* di grup *Nomin Shiper*, *Idol* yang mereka

bahas dalam grup ini merupakan *idol* dari salah satu *boyband* Korea Selatan yang terkenal, yaitu Jeno dan Jaemin. Dua *idol* ini memiliki kedekatan yang tak biasa menurut penggemar sehingga banyak penggemar yang beranggapan bahwa dua pria ini memiliki hubungan khusus. Grup *Nomin Shipper* sengaja dibuat untuk berbagi keromantisan antara Jeno dan Jaemin dalam berbagai kesempatan.

Foto yang menampilkan dua pria yang berpelukan dapat dimaknai oleh sebagian orang bahwa kedua pria itu memiliki hubungan erat dalam persahabatan atau bisa juga diartikan sebagai keluarga, namun bagi anggota grup *Nomin Shipper* mereka memaknai hal tersebut dengan menambahkan unsur romantis. Selain berbagi foto ‘mesra’ grup tersebut juga aktif dalam berdiskusi mengenai hal-hal berbau *yaoi* dengan menjadikan Jeno dan Jaemin sebagai sepasang kekasih seperti menciptakan dialog palsu, foto editan, rekomendasi cerita *yaoi*, dan masih banyak lagi. Untuk membahas fenomena dibalik makna kedua di balik foto tersebut kajian semiotika dirasa cocok untuk menjelaskan fenomena tersebut, dimana semiotika merupakan ilmu khusus yang membahas mengenai tanda dan makna dibalik tanda tersebut.

Penelitian terkait *fujoshi* dan *yaoi* ini sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh Al Islaniyah (2018) yang berjudul “*Konstruksi Identitas Fujoshi Di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Korean Lovers Di Surabaya)*” dari Jurusan Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Ampel, Surabaya. Menyebutkan bahwa *fujoshi* memanfaatkan fitur yang ada di *Instagram*

dalam melakukan kegiatannya sebagai *fujoshi*. Di *Instagram* mereka mengamati foto dan video *yaoi*, mereka juga melakukan kegiatan *fujoshi* di aplikasi *Wattpad*. *Wattpad* sendiri menyediakan cerita atau *fanfiction* untuk para pembaca, disini para *fujoshi* membaca berbagai cerita *yaoi*. Hasil penelitian dari skripsi ini menunjukkan para *fujoshi* melakukan komunikasi melalui *direct message* dan kolom komentar yang terdapat foto atau video dari akun lain. Adapun isinya berisi kehidupan sehari-hari pasangan *yaoi* yang disukai, informasi film atau drama *yaoi* terbaru, hingga membicarakan kehidupan pribadi masing-masing *fujoshi*. Kesamaan penelitian penulis dengan penelitian Al Islaniyah adalah sama-sama meneliti *fujoshi* di media sosial. Bedanya Al Islaniyah meneliti di media sosial *Instagram*, sedangkan peneliti melakukannya di media sosial *Telegram* dengan objek yang berbeda.

Penelitian lainnya yang juga membahas *fujoshi* dan *yaoi* merupakan penelitian dari Andita Putri Ghassani (2018) dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta dengan judul “*Korelasi Motif Pengguna Facebook Dengan Kepuasan Mengakses Konten Boys Love Dikalangan Fujoshi*”. Penelitian ini membahas korelasi antara motif penggunaan *Facebook* untuk mengakses konten *boys love* serta tingkat kepuasan pengguna *Facebook*. Dari hasil pengolahan data korelasi *pearson product moment* dapat diketahui bahwa motif dan kepuasan memiliki hubungan yang cukup signifikan dengan motif memiliki hubungan yang positif dan signifikan yang menunjukkan kekuatan hubungan yang cukup

atau normal. Jika penelitian ini membahas mengenai kepuasan *fujoshi* dalam bermedia *yaoi*, penelitian yang sedang peneliti lakukan sekarang adalah untuk mengetahui makna dibalik tanda-tanda yang hanya dipahami oleh anggota grup *Nomin Shiper*.

Penelitian lain yang dikutip adalah penelitian dari jurnal Adha Al Kodri (2016) dari Universitas Bangka Belitung dengan judul “*Representasi Maskulinitas Boyband Shinee dalam Video Klip Ring Ding Dong Melalui Analisis Semiotika*”. Dalam jurnal ini dapat disimpulkan bahwa *Shinee* mementingkan citra mereka sebagai *idol* pria dengan gaya berbusana yang diatur oleh manajemen. Selain menjual suara atau bakat mereka dalam bermusik mereka juga menunjukkan sisi maskulinitas yang baru.

Penelitian terakhir yang peneliti kutip adalah skripsi dari Uli Arta Meritua Samosir (2019) dari Jurusan Sosiologi, Universitas Negeri Padang dengan judul “*Semiotika Panggilan Pasutri Pada Kalangan Remaja di Daerah Pasaman Barat*”. Kesimpulan dalam skripsi ini yang menjadi pelaku atau objek dari penelitian ini adalah remaja, yang menjadi tanda yaitu panggilan pasutri yang memiliki makna panggilan pasutri secara khusus memiliki makna yang spesial untuk pasangan remaja. Panggilan pasutri ini dapat mengungkapkan rasa rindu, ingin bermanja-manja, serta meningkatkan keakraban antara sepasang kekasih. Makna terakhir dari tanda tersebut bahwa panggilan pasutri dapat menunjukkan tingkat keseriusan hubungan pasangan remaja tersebut.

Berdasarkan empat studi relevan yang peneliti ambil maka persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas fenomena *fujoshi* dan *yaoi* yang dianalisis dalam media sosial *Instagram* dan *Facebook*, kemudian dua penelitian terdahulu juga menggunakan teori dari Roland Barthes. Sedangkan perbedaannya peneliti lebih fokus membahas fenomena *fujoshi* dan *yaoi* yang dianalisis dengan menggunakan teori denotasi dan konotasi dari Roland Barthes, *fujoshi* dan *yaoi* dalam penelitian ini adalah *K-Popers fujoshi* yang tergabung dalam grup *Nomin Shiper*.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

Agar fokus penelitian ini tidak meluas, maka peneliti membatasi masalah pemaknaan anggota grup *Nomin Shiper* pada foto atau video kedekatan Jenyo dan Jaemin, postingan admin, penggunaan *sticker* dan emoji, makna dibalik percakapan serta *fake dialogue* (konten berupa dialog palsu) yang menampilkan konten *yaoi* serta kegiatan-kegiatan di grup *Nomin Shiper*. Anggota yang tergabung dalam grup *Nomin Shiper* memaknai interaksi kedekatan Jenyo dan Jaemin dari sudut pandang yang berbeda dari orang umum. Jika dilihat sekilas kedekatan Jenyo dan Jaemin hanya menampilkan hubungan persahabatan yang erat, namun bagi *K-Popers fujoshi* yang tergabung dalam grup *Nomin Shiper* justru memaknai kedekatan dua *idol* pria tersebut seperti sepasang kekasih. Maka pertanyaan penelitian yang diajukan yaitu bagaimana *fujoshi* memaknai konten *yaoi* seperti foto ‘mesra’ yang dibagikan di grup *Nomin Shiper* bagi anggota

*fujoshi* yang tergabung dalam grup tersebut jika dikaji dari sudut pandang semiotika?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan makna di balik foto, video, percakapan antar anggota, emoji, *sticker*, konten *yaoi*, dan kegiatan-kegiatan yang ada dalam grup telegram *Nomin Shiper* dengan menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat teoritis

Sebagai acuan ilmiah maupun referensi dalam pengembangan Ilmu Sosiologi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa ilmu pengetahuan mengenai persepsi *K-Popers* terhadap *fujoshi*, perempuan yang menyukai hubungan romansa antar *idol* laki-laki.

#### 2. Manfaat praktis

Peneliti ingin penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan mengenai aktifitas *K-Popers fujoshi* dan memberikan gambaran mengenai *fujoshi* dan kepuasan mereka dalam menikmati konten *yaoi* di media sosial *Telegram*. Selain itu peneliti harap agar masyarakat sadar bahwa ada orang di luar sana, yang bahkan masih di bawah umur, menyukai sesuatu yang menyimpang dari ajaran umum. *Fujoshi* merupakan fenomena sosial yang masih sedikit orang mengetahuinya, melalui penelitian ini diharapkan agar

dibuatnya suatu sosialisasi dari beberapa lembaga untuk mencegah perkembangan anak remaja yang menyukai konten *yaoi*.