

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Jepang merupakan salah satu negara maju di dunia yang memiliki banyak karya di berbagai bidang. Dalam bidang teknologi, Jepang adalah negara maju di bidang telekomunikasi, permesinan, dan robotika. Namun Jepang dikenal sebagai negara maju yang tetap memelihara dan mempertahankan budayanya. Selain memelihara budaya tradisional, Jepang juga mengembangkan budaya populernya. Budaya pop Jepang (*Japan pop culture*) atau disingkat dengan J-Pop sudah mulai marak di kalangan anak muda Indonesia sejak tahun 1990-an. Beberapa contoh budaya populer Jepang seperti *manga*, *anime*, *game*, *j-music*, dan *dorama* (drama televisi) telah berhasil menarik perhatian masyarakat internasional terutama Indonesia. Salah satu J-Pop yang paling populer dan digemari di dunia adalah *manga*.

*Manga* yang terdiri dari dua huruf kanji (漫画) (baca: mang-ga, atau ma-ng-ga) merupakan kata komik dalam bahasa Jepang, dan diluar Jepang kata tersebut juga digunakan khusus untuk membicarakan tentang komik Jepang. *Manga* dari Jepang menyajikan cerita dengan khayalan-khayalan yang dikaitkan dengan realita keseharian seperti sekolah, situasi belajar, tentang kota, dan hal lainnya. *Manga* merupakan bacaan favorit para remaja yang sangat populer hingga sekarang (Ambarita, 2008).

Industri *manga* merupakan bisnis besar dan sangat menguntungkan di Jepang. Berdasarkan hasil penelitian JETRO, sejak 1950-an, manga telah terus menjadi bagian utama dari industri penerbitan Jepang. 37% dari total penjualan buku dan majalah di Jepang tahun 2004 adalah *manga*, dengan jumlah total penjualan 504.7 milyar yen/ 1,384.2 juta eksemplar. *Manga* juga sangat populer di luar Jepang,

termasuk Indonesia. Sejak tahun 1990-an, *manga* mulai menarik perhatian penggemar di Indonesia dengan *manga* seperti *Candy Candy*, *Doraemon*, *Dragon Ball*, dan lain lain. Elex Media Komputindo sebagai penerbit terbesar di Indonesia mulai menerbitkan *manga* sejak tahun 1991. Kepopuleran *manga* di Indonesia juga diikuti dengan negara-negara Asia lainnya seperti Malaysia, Hongkong, Taiwan, bahkan Korea. Selain Asia, *manga* juga sudah merambat pasar Amerika Serikat. Sejak November 2002, Shogakukan dan Shueisha sudah menerbitkan majalah *manga Shonen Jump* versi bahasa Inggris melalui kerja sama dengan penerbit Viz LLC di San Fransisco. Di Eropa, *Shonen Jump* juga mulai dipasarkan di Sweden sejak Oktober 2004 dan di Norwegia di awal bulan Maret 2005 (Dewi, 2007).

*Manga* memiliki beragam jenis cerita yang menampung berbagai imajinasi manusia. Dari mulai romantis, sejarah, drama kehidupan, fantasi, *science fiction*, dan lainnya. *Manga* dengan tema cerita romantis sering diidentikkan dengan kalangan wanita sebagai konsumennya, meskipun pada *manga* untuk kalangan pria juga sedikit mengandung unsur romantis. Jenis *manga* romantis ini sendiri berkembang seiring dengan perkembangan zaman. *Yaoi* dan *boy's love* sendiri merupakan salah satu dari *subgenre manga* yang bertemakan romantisme dengan tujuan utama pasarnya adalah kaum hawa (Sugiura dalam Nice, 2013). *Yaoi* merupakan salah satu *subgenre* dari *genre* komik Jepang yang ditujukan untuk remaja perempuan (*shoujo manga*) berisi fiksi *gay* romantis yang sangat populer di antara kaum perempuan di Jepang dan berkembang sejak tahun 1970-an (Utami dalam Winduwati, 2011).

*Yaoi* yang bermuatan fiksi *gay* romantis atau *boy(s)'s love* hadir dengan unik dan berbeda karena menampilkan dua (atau lebih) tokoh karakter lelaki yang menjalin kisah cinta romantis (hingga erotis). Pada cerita *yaoi* dan *boy's love* ini karakter utamanya dibagi menjadi *seme* (攻め) dan *uke* (受け). Sesuai dengan kanjinya tokoh pria *seme* merupakan karakter pria yang memegang peran pria dan tokoh pria *uke* memerankan peran wanita dalam hubungan homoseksual mereka.

Gambar 1. 1

*Yaoi Junjou Romantica Chapter 47*



Sumber: [www.mangago.me](http://www.mangago.me)

*Manga* dengan *genre yaoi* tersebut telah memiliki tempatnya sendiri di antara para penggemar *manga* di Indonesia. Tidak hanya di kalangan perempuan dewasa tapi juga kalangan remaja putri. Seperti penuturan Ratna Sari A. (*Managing Editor for Comics and Comics Magazines PT Elex Media Komputindo*) pada jurnal Putri Andam Dewi (2007) yang menyatakan 70% dari pembaca *manga* di Indonesia adalah perempuan mulai dari anak SMP hingga eksekutif muda. Para perempuan yang menggemari *manga*, *anime* dan produk turunannya yang bermuatan *yaoi* atau fiksi romantis antar lelaki ini (*boys'love romance*) sering disebut *fujoshi*.

*Fujoshi* (*rotten girl*) atau dalam huruf kanji (腐女子) dapat diartikan sebagai gadis busuk atau gadis yang rusak, merupakan sebutan bagi wanita yang menyukai cerita percintaan sesama pria (Sugiura dalam Nice, 2013). *Fujoshi* sendiri sebenarnya merupakan istilah atau semacam *slang* yang dimaksudkan untuk merendahkan atau mengejek para perempuan penggemar kisah atau hubungan romantis antar lelaki. Greenberg dalam Puspitasari (2013) menyebut *Fujoshi* sebagai *female yaoi fans* yang

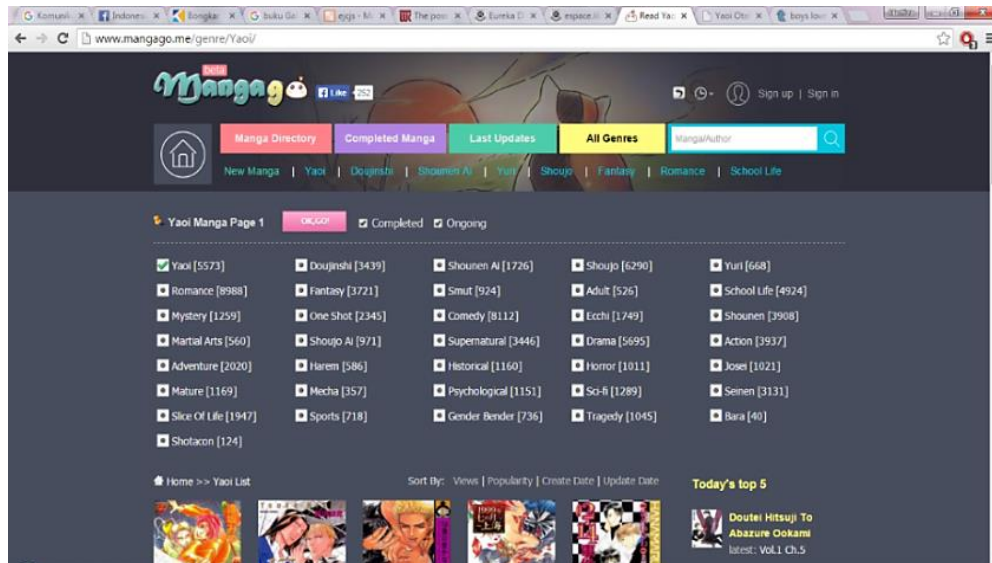
berarti perempuan penggemar kisah bergenre *yaoi* (*boy's love*). *Fujoshi* menikmati imajinasi yang berkaitan dengan hal-hal yang akan terjadi jika karakter pria dari *manga* dan *anime* atau bahkan terkadang sesuatu yang berasal dari dunia nyata seperti idola lelaki saling mencintai.

Memang tidak jelas alasannya mengapa para perempuan penggemar *manga yaoi* ini disebut *fujoshi*, tapi kondisinya adalah awalnya *fujoshi* memiliki konotasi negatif yaitu perempuan busuk yang menyukai sesuatu yang diluar kebiasaan normal seperti percintaan antara dua lelaki cantik. Label *fujoshi* juga untuk memisahkan antara *otaku* dan *josei otaku* (*otaku* perempuan). Tapi, semakin dikenalnya *genre yaoi* atau *boy's love* di Jepang dan luar Jepang, istilah *fujoshi* digeneralisasikan untuk menyebarkan para perempuan yang menyukai *manga yaoi* (Dewi, 2012).

Awal kemunculan kelompok ini juga tidak lepas dari nilai patriarki dalam masyarakat Jepang. Bila kita melihat dari sejarah Jepang, wanita dianggap memiliki kekuatan gaib dan berada di posisi yang sejajar bahkan di atas pria. Namun ketika agama Budha masuk dan digunakan oleh pemerintah, ajaran Budha semakin menyatu dengan patriarki. Hal ini dapat dilihat dari posisi pendeta pria yang memiliki pengaruh politik negara dibandingkan dengan pendeta wanita yang semakin diacuhkan. Dan akhirnya pada tahun 730, wanita resmi dilarang menjadi pendeta maupun mengikuti upacara resmi agama Budha dengan alasan wanita menjalani periode menstruasi dan karenanya merupakan makhluk yang tidak murni dan penuh dosa (Okano dalam Nice, 2013).

Pada mulanya *manga genre yaoi* dapat dengan mudah ditemukan di toko buku khusus *manga*. Namun dengan adanya teknologi internet, *fujoshi* di seluruh dunia dapat dengan mudah mengakses sumber-sumber cerita *manga yaoi* dari beberapa situs baca *manga online* yang menyediakan *manga khusus yaoi* atau *boy's love*. Seperti contohnya situs Mangago.me, Myreadmanga.info, Mangahere.co, Mochichan.net, dan lain-lain.

**Gambar 1. 2**  
**Tampilan Home Page Situs Baca Manga Online**



*Sumber: mangago.me*

Selain itu, ada juga beberapa forum yang khusus dibuat agar para *fujoshi* bisa saling berbagi dan menyalurkan hobi mereka. Forum-forum yang ada tersebut menunjukkan bahwa di era modern ini cukup banyak perempuan yang menyukai *genre manga yaoi*. Mereka juga tidak malu untuk menunjukkan eksistensi diri mereka sebagai *fujoshi* yang mungkin dianggap rendah dan jelek oleh beberapa kalangan. Di forum tersebut, mereka saling *sharing* atau berbagi cerita-cerita *manga yaoi*, foto-foto idola *gay* mereka, dan saling mengomentari. Bahkan sering pula *member-member* tersebut membagikan cerita khayalan mereka mengenai idola *gay* mereka atau yang biasa disebut dengan *fanfic*.

Seperti contoh yang ada di gambar di bawah ini, yaitu interaksi antar member di sebuah *post* yang dibuat oleh admin Facebook *Fan Page* “Indonesia *Fujoshi* Forum” di *timeline*-nya, dimana sang admin bertanya kepada para member, *pairing* mana yang lebih mereka sukai.

### Gambar 1.3

### Interaksi antar member di Facebook Fan Page “Indonesia Fujoshi Forum”



Sumber: <https://web.facebook.com/Indonesia-Fujoshi-Forum-pecinta-yaoi>

Seiring perkembangannya, *fujoshi* ternyata tidak hanya sebatas pada cerita *manga* Jepang saja. *Fujoshi* mulai menyukai cerita-cerita berbau *gay* yang berasal dari negara Asia lain, yaitu Korea dan Thailand. Semakin kesini negara-negara yang tersohor dengan karya-karya sineasnya itu memang semakin sering memunculkan

kisah *boy's love* dalam produksi filmnya. Tak jarang pula banyak kisah *boy's love* yang muncul dalam dunia nyata. Hal ini makin menarik para *fujoshi* untuk semakin berkhayal dan berimajinasi akan idola-idola *boy's love* mereka.

Sebagai *fujoshi* tentu mereka melewati berbagai macam gejolak dalam dirinya sehingga memutuskan untuk membaca dan menyukai *genre manga yaoi*. Mengapa dan bagaimana motif dan motivasi awal ia memilih *genre manga yaoi* sebagai kegemarannya ini yang sangat menarik untuk dijadikan penelitian. Bagaimana pikiran mereka mengolah cerita *yaoi* hingga mengalami kecanduan berlebih. Terutama dilihat dari sudut pandang *gender* dimana *fujoshi* merupakan perempuan. Mengapa mereka bisa sampai menyukai cerita cinta yang berbau homoseksual (*gay*) yang sebenarnya masih dianggap tabu di masyarakat. Sesuatu yang dianggap masalah sosial yang terjadi pada kaum lelaki itu justru malah disukai bahkan digilai ceritanya oleh perempuan *fujoshi*.

Penelitian ini membahas komunikasi intrapribadi karena pada saat ini kajian Ilmu Komunikasi mengenai komunikasi intrapribadi belum banyak dilakukan oleh para ahli. Para ahli komunikasi umumnya masih menitikberatkan pada bidang komunikasi antar pribadi, atau komunikasi massa, yang menjadi *trend* kehidupan modern. Padahal komunikasi intrapribadi merupakan proses yang unik. Dianggap unik karena proses komunikasi yang berlangsung berbeda dengan proses komunikasi yang biasa terjadi.

Seperti diketahui proses komunikasi umumnya ditafsirkan sebagai proses penyampaian pesan atau lambang dari satu orang kepada orang lain, sehingga timbul kesamaan arti atau makna dari penyampai (komunikator) dan penerima pesan (komunikan). Sementara proses komunikasi intrapribadi tidak terjadi di antara dua orang yang bertukar pesan, melainkan terjadinya di dalam diri manusia itu sendiri (*within the person*). Di sinilah letak keunikannya, bahwa komunikasi yang diteliti adalah dari seorang komunikator yang sekaligus menjadi komunikan nya.

Komunikasi intrapribadi dalam diri manusia tentu berbeda-beda. Manusia mengalami 4 proses komunikasi intrapribadi yaitu sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. Tentu setiap *fujoshi* tidak mengalami stimulus indera yang sama, dan memaknai *genre manga yaoi* dengan sama. Masing-masing pasti memiliki persepsi berbeda juga pada *genre manga yaoi* walaupun minat mereka sama. Karena waktu, tempat, pengalaman, atau kebutuhan mereka pada *genre manga yaoi* berbeda-beda.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas peneliti mengambil judul **“STUDI KASUS DESKRIPTIF PADA KOMUNIKASI INTRAPRIBADI FUJOSHI DI BANDUNG”**. Mengapa di Bandung, karena Bandung merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia yang masyarakatnya memiliki antusiasme yang tinggi terhadap kebudayaan Jepang. Hal ini ditandai dari banyaknya *event-event* yang mengangkat budaya Jepang seperti Nihon No Matsuri, Wakamono No Matsuri, dan juga salah satu *event* resmi Jepang yang terbesar di Indonesia yang diadakan di Bandung yaitu Japan Festival. Acara ini didukung oleh Pemerintah Kota Bandung, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, Japan Foundation Jakarta, Japanese National Tourism Organization, serta Embassy of Japan Indonesia. Oleh karena itu peneliti dapat dengan mudah menemukan *fujoshi* di kota Bandung.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka fokus dalam penelitian ini adalah: “Bagaimanakah komunikasi intrapribadi dalam diri *Fujoshi*” dengan pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana komunikasi intrapribadi dalam diri *Fujoshi* pada *genre manga* yang berisi kisah romantis *gay (yaoi)*?
2. Bagaimana pemaknaan *Fujoshi* pada *genre manga* yang berisi kisah romantis *gay (yaoi)*?



### **1.3 Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian tersebut, peneliti berusaha menganalisis bagaimana komunikasi intrapribadi dalam diri *Fujoshi*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Menggambarkan komunikasi intrapribadi dalam diri *Fujoshi* pada *genre manga* yang berisi kisah romantis gay (*yaoi*).
2. Menjelaskan bagaimana pemaknaan *Fujoshi* pada *genre manga* yang berisi kisah romantis *gay (yaoi)*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis berharap semoga hasil penelitian dapat memberikan manfaat konseptual utamanya kepada pembelajaran ilmu komunikasi. Disamping itu juga kepada penelitian komunikasi intrapribadi dalam diri *Fujoshi*.

#### **1. Manfaat Akademis**

Secara akademis hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Sebagai salah satu alternatif media pembelajaran mengenai komunikasi intrapribadi dan mengetahui lebih jauh proses komunikasi intrapribadi
- b. Sebagai panduan untuk mengetahui komunikasi intrapribadi yang dialami oleh seseorang terutama terhadap kegemarannya

#### **2. Manfaat praktis**

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, dapat memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu yang didapat penulis selama berada di bangku kuliah khususnya mengenai komunikasi intrapribadi

- b. Bagi dosen, dapat digunakan sebagai bahan masukan khususnya bagi dosen Ilmu Komunikasi tentang pembelajaran mengenai komunikasi intrapribadi
- c. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat memperoleh pengalaman dan mendapatkan pengetahuan mengenai komunikasi intrapribadi

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bandung dengan cara melakukan wawancara terbuka dan observasi tertutup dengan 4 remaja perempuan yang merupakan *Fujoshi*. Periode pelaksanaan penelitian ini yaitu pada bulan September 2015 - Maret 2016. Dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Lokasi dan Waktu Penelitian**

Kegiatan	Bulan						
	Sept 2015	Okt 2015	Nov 2015	Des 2015	Jan 2016	Feb 2016	Mar 2016
Pencarian Ide dan Topik Penelitian							
Penyusunan Proposal Penelitian							
Mengumpulkan data sekunder berupa dokumentasi dan mencari <i>literature</i>							
Penyusunan dan melengkapi BAB 1-3 proposal penelitian							
Mengumpulkan data primer berupa observasi dan wawancara							
Melakukan analisis data dan keabsahan data dari unit analisis yang telah ditentukan							
Hasil akhir penelitian berupa kesimpulan dan saran							

*Sumber:* Olahan Peneliti