

**FENOMENA *SHIPPING* OLEH *FUJOSHI* DI
KALANGAN *FANDOM K-POP* DALAM MEDIA
POPULER**

SKRIPSI

Oleh



Tri Adinda Gusmita

BP. 2110822015

Pembimbing I : Dr. Sri Setiawati, M.A

Pembimbing II : Dr. Maskota Delfi, M.Hum

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2026

INTISARI

Tri Adinda Gusmita. BP. 2110822015. Department Antropologi Sosial. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Andalas. 2026. Fenomena Shipping Oleh Fujoshi Di Kalangan Fandom K-pop Dalam Media Populer.

Penelitian ini membahas fenomena *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi* dalam *Fandom K-pop* di platform TikTok dengan fokus pada proses pembuatan konten *shipping* dan makna dari konten *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi*. Praktik *shipping* tidak hanya dipahami sebagai bagian dari aktivitas budaya yang membentuk identitas, pengalaman emosional, serta pola interaksi sosial di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi* dalam ruang digital dan makna konten *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi* dalam komunitas *Fandom K-pop*.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode netnografi untuk menelusuri aktivitas *fujoshi* secara daring. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara, dan dokumentasi konten berupa caption, komentar, dan screenshot konten *shipping*. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (1994), sedangkan pembacaan tanda visual dan teks dianalisis dengan kerangka semiotika Roland Barthes melalui dua tingkat makna, yaitu denotasi dan konotasi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *shipping* oleh *fujoshi* di TikTok diwujudkan melalui berbagai bentuk konten seperti fan edit video, penyusunan narasi imajinatif, serta penggunaan caption dan komentar yang menafsirkan interaksi antar idol. Melalui konten tersebut, yang kemudian dikembangkan menjadi makna kedekatan yang bersifat emosional dan romantis. Proses ini berlangsung melalui interaksi dan pertukaran interpretasi di dalam komunitas, sehingga makna *shipping* terbentuk secara kolektif dan terus dinegosiasikan dalam ruang digital.

Kata Kunci : Shipping, Fujoshi, Boys Love, Netnografi, Fandom K-pop.

ABSTRAK

Tri Adinda Gusmita. Student ID 2110822015. Department of Social Anthropology. Faculty of Social and Political Sciences. Universitas Andalas. 2026. The Phenomenon of Shipping by Fujoshi within K-pop Fandoms in Popular Media.

This study examines the phenomenon of *shipping* carried out by *fujoshi* within K-pop *fandoms* on the TikTok platform, with a focus on the process of creating *shipping* content and the meanings embedded in such content. *Shipping* practices are understood not merely as cultural activities, but as practices that shape identity, emotional experiences, and patterns of *shipping* conducted by *fujoshi* in digital spaces and to analyze the meanings of *shipping* content *produced by fujoshi* within *K-pop Fandom* communities.

The study employs a qualitative approach using netnography to explore the online activities of *fujoshi*. Data were collected through participant observation, interviews, and content documentation, including captions, comments, and screenshots of shipping-related content. Data analysis follows the Miles and Huberman (1994) model, while visual and textual sign interpretation is analyzed using Roland Barthes' semiotic framework through two levels of meaning: denotation and connotation.

The findings indicate that shipping practices by *fujoshi* on TikTok are manifested through various forms of content, such as fan-edit videos, the construction of imaginative narratives, and the use of captions and comments that interpret interactions between idols. Through these contents, meaning of emotional and romantic closeness are developed. This process occurs through interaction and exchange of interpretations within the community, resulting in *shipping* meanings that are collectively constructed and continuously negotiated in digital spaces.

Keywords: *Shipping, Fujoshi, Boy's Love, Netnography, K-pop Fandom.*

