

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

K-pop (Korean Pop) adalah genre musik populer yang berasal dari Korea Selatan dan telah menjadi fenomena global. Lebih dari sekedar genre musik, *K-pop* mempunyai beragam elemen budaya yang mencakup tarian, mode, estetika visual, dan konten media. Seiring dengan cepatnya arus globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, “virus” *Korean wave* dengan mudah menyebar di seluruh penjuru dunia (Gumelar et al., 2021). Salah satu produk budaya dari *hallyu* atau *Korean wave* adalah *K-pop*. Fenomena budaya inilah yang menciptakan subkultur baru berupa kumpulan penggemar yang biasa disebut dengan *Fandom* (Cahyarani et al., 2023).

Fandom K-pop adalah ruang interaksi yang dinamis di mana para penggemar menciptakan identitas dan membangun hubungan. Sebelumnya, *Fandom* merupakan salah satu bentuk dari budaya partisipasi penggemar, yang pada dasarnya mentransformasi informasi yang didapatkan menjadi sebuah produk media baru bahkan budaya baru (Cahyarani et al., 2023). *Fandom K-pop* telah menjadi salah satu aspek yang menarik perhatian dalam kajian budaya pop, terutama dengan munculnya istilah “*shipping*”.

Dalam konteks *K-pop*, *shipping* adalah istilah yang berasal dari kata “*relationship*” (hubungan) dan merujuk pada kegiatan penggemar yang

mendukung atau mengimajinasikan hubungan romantis antara dua idola baik dari dalam satu grup maupun dari grup yang berbeda meskipun hubungan tersebut tidak dikonfirmasi bahkan tidak nyata atau tidak ada secara resmi (Cahyarani et al., 2023). Penggemar biasanya menyebut pasangan yang mereka sukai dengan istilah *ship*. dikutip dari Scodaria dan Felder (dalam Williams, 2011:291), kata *ship* dalam istilah *shipping* memiliki arti hubungan yang berasal dari kata *relationship*. *Shipping* ini sudah ada dari lama namun belum ada yang tahu pasti bagaimana *shipping* ini bermula dan telah menjadi seperti tradisi turun-temurun yang dilakukan oleh penggemar *K-pop* namun sudah ada sejak generasi dua yang diperkirakan dari tahun 2003 hingga generasi sekarang yang sudah memasuki generasi lima.

Shipping didasarkan pada interaksi atau *chemistry* yang terlihat antara idola, hubungan tersebut umumnya bersifat fiksi dan merupakan hasil imajinasi penggemar (Safira, 2021). Dalam hal ini *shipping* merujuk pada hubungan romantis antara laki-laki dalam suatu grup. *Shipping* dalam *Fandom K-pop* tidak hanya sekadar bentuk hiburan, tetapi juga mencerminkan dinamika sosial, gender, dan identitas yang lebih luas. Praktik ini memungkinkan penggemar untuk mengeksplorasi identitas seksual dan emosional, serta memberikan kesempatan bagi mereka untuk membentuk komunitas di mana mereka dapat berbagi pengalaman dan pandangan. Melalui *fan fiction* dan bentuk ekspresi kreatif lainnya, Penggemar yang melakukan aktivitas *shipping* disebut dengan *shipper* dan pasangan yang dikirimkan atau yang mereka jodohkan disebut dengan *ship*. *Shipper* memiliki makna yang

luas yaitu dapat berupa penggemar perempuan atau penggemar laki-laki yang melakukan *shipping* kepada idol mereka baik itu lawan jenis maupun sesama jenis (Rahmawati, et al., 2020).

Penggemar yang dimaksud dalam penelitian ini dikhususkan pada *fujoshi*. *Fujoshi* merupakan istilah yang berasal dari Jepang dan sebutan yang umum digunakan untuk menggambarkan perempuan penggemar Boys Love (*BL*). Sedangkan penyebutan untuk penggemar laki-laki yang menyukai Boys Love disebut dengan *fudanshi*. *Fujoshi* pada awalnya merupakan penggemar *anime* dengan konten homoerotis atau *yaoi* (Mawar, 2022). Dalam hal ini homoerotis merujuk pada hubungan romantis antara laki-laki. Pada penelitian ini peneliti mengambil konteks *Fujoshi* dalam dunia *K-pop*. *Fujoshi* menafsirkan hubungan antara idol laki-laki melalui lensa yang berbeda dari konstruksi gender tradisional. Mereka mengembangkan narasi tentang hubungan idola yang mereka pasang dengan mengumpulkan berbagai momen dan bukti yang dianggap valid seperti spekulasi tentang kesamaan pakaian atau cara mereka berkomunikasi secara nonverbal. Hal ini menciptakan ruang diskusi yang menarik dalam konteks budaya pop. Pada dasarnya genre ini sebagian besar diciptakan dan dikonsumsi oleh perempuan heteroseksual, karena dapat memuaskan hasrat seksual mereka, yang menurut Kwon Jungmin dapat dilihat sebagai tindakan feminis (Kwon dalam Sedleimer, 2024).

Peran perempuan dalam membentuk dinamika *shipping* membawa kita pada istilah *fujoshi* yang sangat populer di kalangan penggemar yang

menyukai tontonan homoerotis. *Fujoshi* merupakan istilah untuk wanita Jepang yang menyukai dan menikmati konten homoseksual atau disebut dengan *yaoi*, *Fujoshi* merupakan kata *homonym* yang memiliki arti “wanita busuk” karena wanita-wanita ini menyukai hal-hal yang tidak lazim yaitu menyukai percintaan antara laki-laki (Rianto, 2023).

Fujoshi di Indonesia sudah mulai muncul pada tahun 2018 (Amini, 2024). Dengan munculnya *K-pop*, banyak *Fujoshi* mulai mengeksplorasi dan menciptakan narasi yang menggambarkan hubungan romantis antar idola laki-laki, sering kali tanpa mempertimbangkan realitas hubungan mereka di dunia nyata (Rahmawati, et al., 2020). Lambat laun hal ini menciptakan ruang bagi *Fujoshi* untuk mengekspresikan imajinasi dan fantasi mereka, serta memberi makna baru pada interaksi antara idola dan penggemar. Terkait fantasi ini, Nugraha (2024: 60) menyebutkan bahwa hal yang membuat perempuan *fujoshi* memiliki fantasi terhadap *Boy's Love (BL)* adalah ketidakpuasan mereka terhadap peran perempuan di lingkungan sosial.

Fujoshi dalam *Fandom K-pop*, adalah kelompok penggemar yang paling aktif dalam fenomena *shipping*. Mereka tertarik pada hubungan romantis antara idola laki-laki, yang mereka anggap sebagai simbol kedekatan emosional yang bisa diinterpretasikan sebagai hubungan romantis. Konteks *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi* seringkali mengadopsi pola *Boy's Love* dari budaya Jepang, dimana salah satu anggota yang “di ship” lebih dominan dan yang lain lebih pasif. Ini menciptakan dinamika gender dalam *fandom* dimana idola tertentu dianggap lebih feminis atau lebih maskulin

berdasarkan bagaimana mereka dipasangkan dalam *ship* (Rahmawati, et al., 2020)

Dalam beberapa budaya, terutama di Asia, ketertarikan pada hubungan homoerotis sering dianggap tabu, yang dapat mengakibatkan diskriminasi atau pengucilan (Mumtazah, 2023). Namun, keterbatasan representasi kelompok LGBT dalam ruang publik telah mendorong munculnya ruang alternatif (Kuo, 2022). Hal inilah yang memungkinkan eksplorasi simbolik terhadap hubungan sejenis, salah satunya melalui praktik *shipping* di kalangan penggemar *K-pop*. Salah satu subkultur yang mencerminkan dinamika ini adalah komunitas *fujoshi*. Fenomena ini tidak hanya mengekspresikan cara konsumsi terhadap budaya populer, tetapi juga menjadi wadah untuk mengekspresikan identitas, hasrat, serta bentuk perlawanan terhadap norma-norma dominan terkait gender dan seksualitas dalam masyarakat Asia (Kuo, 2022). Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana *fujoshi* mengarahkan ruang ini dan bagaimana mereka membentuk identitas dan pengalaman mereka di dalam *Fandom K-pop*.

Melalui fenomena ini, dapat dilihat bahwa *shipping* menjadi lebih dari sekadar bentuk konsumsi budaya, ia menciptakan ruang untuk diskusi yang lebih dalam tentang gender dan identitas (Fitriani, et al., 2021). Dalam konteks globalisasi dan pertukaran budaya, *K-pop* sebagai media yang tidak hanya membawa musik dan gaya hidup Korea ke seluruh dunia, tetapi juga membuka diskusi tentang norma-norma gender dan representasi seksualitas dalam masyarakat. Hal ini sangat relevan, mengingat bahwa banyak

penggemar *K-pop* adalah generasi muda yang terpengaruh oleh nilai-nilai dan budaya dari berbagai belahan dunia termasuk Indonesia (Ramadiani, et al., 2024).

Fenomena *shipping* dalam *Fandom K-pop* erat kaitannya dengan subkultural *Fujoshi*, yaitu kelompok penggemar yang memiliki ketertarikan terhadap representasi hubungan antara karakter laki-laki baik dalam karya fiksi maupun dunia nyata meskipun istilah ini berasal dari budaya Jepang dan sering dikaitkan dengan genre *Boy's Love (BL)*. Praktik dan nilai-nilai yang dianut oleh *fujoshi* telah meluas ke *fandom* global, termasuk dalam komunitas penggemar *K-pop* (Sedlmeir, 2024).

Di dalam komunitas *Fandom K-pop*, penggemar tidak hanya menikmati musik dan penampilan idola mereka, tetapi juga berpartisipasi dalam diskusi dan pembuatan konten. Media sosial menjadi salah satu media komunikasi dalam menjangkau sesama perempuan *Fujoshi* di berbagai daerah dan budaya yang berbeda-beda, dan juga sebagai media untuk menyebarkan konten atau karya yang berunsur *Boys' love* yang merupakan medium untuk memperkenalkan budaya baru (Fitriana, et al., 2021).

Kehadiran media sosial sebagai ruang ekspresi dan distribusi konten, terutama bagi komunitas *Fujoshi*, turut mendorong berkembangnya praktik budaya yang melampaui batas konsumsi biasa (Ulchairi, 2022). Praktik budaya ini salah satunya dapat ditemukan dalam praktik *shipping* yang berkembang menjadi narasi alternatif dengan muatan simbolik. Ini

dikarenakan praktik *shipping* sebagaimana dikatakan oleh Akalili, et al (2024) dapat menciptakan narasi alternatif yang seringkali melampaui batas antara realitas dan fiksi. Hal ini memperlihatkan bagaimana penggemar secara aktif merekonstruksi makna atas interaksi yang mereka saksikan melalui interpretasi personal dan kolektif. Karena itu, penting bagi antropologi untuk memandang *shipping* sebagai bentuk praktik budaya yang menyimpan makna-makna simbolik dan ideologis di balik aktivitas *Fandom K-pop* yang tampak sederhana.

Kajian *K-pop* sebagai salah satu studi tentang budaya populer dalam sudut antropologi menjadi penting karena ia memperlihatkan bagaimana identitas dibentuk dan dinegosiasikan melalui media dan komunitas digital. Kajian terhadap fenomena ini membuka pemahaman baru tentang bagaimana simbol, bahasa, dan representasi digunakan untuk menyusun realitas sosial alternatif yang sering kali bertentangan dengan norma-norma dominan (Kuo, 2022). Di sinilah letak pentingnya studi antropologi untuk memahami cara manusia memberi makna terhadap pengalaman dan relasi sosial mereka, bahkan melalui media digital.

Subkultur *Fujoshi* dalam *Fandom K-pop* menjadi salah satu contoh konkret bagaimana komunitas terbentuk dari kesamaan minat, identitas, dan cara konsumsi budaya. Sebagai subkultur, *fujoshi* memiliki sistem simbol, norma, dan praktik yang membedakannya dari penggemar umum. Mereka aktif dalam memproduksi konten, membentuk narasi *shipping*, serta membangun komunitas lintas batas geografis melalui media sosial. Meski

berasal dari Jepang, nilai-nilai dan praktik *Fujoshi* telah mengalami adaptasi dan transformasi dalam konteks budaya lain, termasuk di Indonesia. Dalam hal ini, subkultur *Fujoshi* tidak hanya relevan untuk dikaji sebagai fenomena hiburan, tetapi juga sebagai ruang sosial tempat perempuan mengekspresikan identitas, fantasi, dan resistensi terhadap batasan gender yang berlaku dalam masyarakat.

Dari penjelasan di atas, aktivitas *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi* dengan mudah menyebar melalui media populer serta mendapat pro dan kontra dalam *Fandom K-pop*. Dalam hal ini menimbulkan perspektif penggemar yang berbeda-beda terhadap aktivitas tersebut. Perbedaan ini menimbulkan dua kubu dalam *Fandom K-pop* yaitu penggemar yang percaya bahwa *ship* tersebut didasarkan pada hubungan asli dan penggemar yang menganggap *ship* hanya sebagai konstruksi hiburan yang tidak memiliki dasar dalam kehidupan nyata. Mereka juga menentang para *Fujoshi* dalam melakukan *shipping* terhadap idolanya, karena hal ini dianggap sebagai bentuk representasi LGBT (Kuo, 2022). Fenomena ini dapat dikaji melalui ilmu antropologi bagaimana *fujoshi* dalam memaknai gender dan juga menginterpretasikan *Boy's Love* yang mana ini berkaitan dengan LGBT yang menjadi perdebatan dalam *Fandom K-pop*.

Dari penjelasan diatas, penelitian ini berangkat dari asumsi utama bahwa kegiatan *shipping* tidak hanya sekedar hiburan tetapi juga cara mereka membangun dan membaca makna dari interaksi idolanya. Dari sisi disiplin ilmu, penelitian ini berbeda dengan pendekatan komunikasi atau sosiologi.

Jika studi komunikasi meneliti topik ini fokusnya pada strategi media, bagaimana konten dibuat, atau bagaimana pesan disebar. Kalau studi sosiologi melihat pola sosial atau struktur kelompok secara lebih luas. Sedangkan dalam studi antropologi, fokus penelitian ini adalah menggali makna budaya di balik aktivitas *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi*.

Oleh karena itu, penting bagi penelitian ini untuk mengkaji lebih jauh bagaimana praktik *shipping* dibentuk, dimaknai, dan disebar oleh *fujoshi* melalui media populer seperti Twitter, WhatsApp, dan TikTok. Penelitian ini berupaya untuk memahami fenomena tersebut dari perspektif antropologi dengan menelusuri dinamika simbolik yang terkandung dalam aktivitas *fandom* digital. Dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini diharapkan mampu membongkar lapisan-lapisan makna di balik representasi hubungan antar idola laki-laki dalam konten yang dikonsumsi oleh *fujoshi*. Selain itu memberikan kontribusi dalam memahami bentuk-bentuk baru budaya populer di era digital.

B. Rumusan Masalah

Fenomena *shipping* dalam *Fandom K-pop* menunjukkan bagaimana penggemar khususnya *fujoshi* membangun cara pandang dan praktik budaya yang unik dalam membaca interaksi antar idol. Para *fujoshi* menangkap momen kecil kemudian mengolahnya menjadi narasi yang romantis dan emosional. Hal ini membuat *shipping* berkembang menjadi bagian dari budaya *Fandom K-pop* yang hidup dan dinamis. Dalam hal penafsiran ini

menarik untuk ditelaah, karena menunjukkan bagaimana makna baru dapat terbentuk dari praktik *shipping* dengan membaca tanda dan simbol dalam budaya populer. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menjawab beberapa pertanyaan terkait fenomena tersebut.

1. Bagaimana fenomena *shipping* yang dilakukan *fujoshi* dalam ruang digital?
2. Bagaimana makna konten *shipping* TikTok oleh *fujoshi* dalam *Fandom K-pop*?

C. Tujuan

Dari rumusan masalah di atas, harapannya penelitian ini dapat memperoleh tujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan fenomena *shipping* yang dilakukan oleh *fujoshi* dalam ruang digital
2. Menganalisis makna konten *shipping* TikTok oleh *fujoshi* dalam *Fandom K-pop*

D. Manfaat Penelitian

penelitian ini dilakukan untuk memperoleh beberapa manfaat, yaitu :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian antropologi gender, budaya gender & seksualitas, dan antropologi linguistik, khususnya dalam memahami dinamika *Fandom K-pop* dan praktik *shipping* yang dilakukan

komunitas *fujoshi*. Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai keterkaitan budaya populer dengan konstruksi identitas sosial, serta membuka ruang kajian baru tentang bagaimana simbol, representasi, dan narasi alternatif dibentuk dan dinegosiasikan di ruang digital. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi landasan akademisi bagi studi-studi berikutnya yang menyoroti fenomena serupa, baik dalam konteks *K-pop* maupun dalam subkultur populer lainnya.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana media sosial seperti TikTok dimanfaatkan oleh penggemar untuk menciptakan, menyebarkan, dan memaknai konten *shipping* sebagai bagian dari interaksi budaya. Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi akademisi, mahasiswa, maupun peneliti lain dalam mengkaji dinamika *Fandom*, sekaligus memberi wawasan bagi masyarakat umum bahwa praktik *shipping* tidak hanya sekadar hiburan, tetapi juga mencerminkan proses simbolik, identitas, dan relasi sosial yang berkembang dalam konteks budaya global.

E. Tinjauan Pustaka

Komunitas *Fujoshi* semakin marak dalam era digital seperti saat sekarang ini. Dapat dilihat dari makin berkembangnya media digital atau platform yang menjadi ruang bagi *fujoshi* untuk saling terhubung dan berinteraksi, yang mana komunitas ini tidak lagi berada di ranah tertutup, tetapi menjadi bagian nyata dari budaya digital generasi muda. Hal ini menarik untuk dikaji dalam

perspektif antropologi, yang mana topik *Fujoshi* dalam ruang digital masih minim ditemukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan yang relevan dalam kajian ini.

Pertama adalah tesis yang ditulis oleh Agung Nugraha (2024) berjudul “*Analisis Stereotype Fujoshi dan Peran Gender Melalui Konten Boy’s Love Di Media Sosial*”, Universitas Hasanuddin. Dalam kajian ini penulis menganalisis berbagai diskusi dan komentar dari penggemar *BL (Boy’s Love)* untuk memahami stereotipe yang muncul dan cara *Fujoshi* mengartikulasikan pemahaman mereka tentang gender melalui konsumsi konten *BL (Boy’s Love)*. Maskulinitas dan feminitas adalah konsep yang berkaitan dengan peran gender serta sifat-sifat sosial yang dianggap umum atau diharapkan dari laki-laki dan perempuan dalam masyarakat. pandangan ini menunjukkan bagaimana budaya feminisme terbentuk dan berkembang melalui konsumsi media Boys Love (*BL*) yang dilakukan secara berulang dan berkelanjutan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara dan analisis konten *Boy’s Love (BL)*. Analisis ini menggunakan konsep masculinity dan feminity yang diambil dari konsep Gudykunst dan Kim, 2023.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nugraha tersebut adalah menggunakan metode kualitatif dan sama-sama mengkaji media sosial sebagai ruang interaksi komunitas *Fujoshi*. Selain itu, kedua penelitian mengakui bahwa praktik budaya *Fujoshi* tidak dapat dilepaskan dari konteks budaya populer dan konsumsi media digital dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Perbedaan antara kedua penelitian ini yaitu penelitian Agung Nugraha berfokus pada stereotipe dan peran gender dalam konteks konsumsi konten boys love, dengan penekanan pada bagaimana konsumsi tersebut memengaruhi cara pandang terhadap maskulinitas, feminitas dan relasi romantis yang berkaitan erat dengan isu gender. Adapun fokus utama dari penelitian penulis adalah pada bagaimana makna simbolik dibentuk dalam praktik *shipping*.

Berikutnya adalah skripsi yang ditulis oleh Nissya Febrizani (2022) berjudul “*Pandangan Fujoshi Terhadap Boy’s Love (Studi Kasus Tujuh Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Andalas)*”. Temuan dalam penelitian ini menjelaskan makna menjadi *Fujoshi* dalam *Boy’s Love*, yaitu posisi dalam memahami homoseksualitas dan persoalan LGBT+. Penulis menyebutkan bahwa *Fujoshi* menerima narasi homoerotik sejak pengenalan pertama dengan *Boy’s Love* meski tanggapan awal mereka tidak terlalu baik. *Fujoshi* menafsirkan pandangan pribadi mereka mengenai *Boy’s Love* terkait dengan agama, yaitu islam. Satu-satunya keterlibatan *Fujoshi* dalam *Boy’s Love* adalah sebagai media hiburan dan tontonan. Penulis menyebutkan bahwa pandangan mengenai isu homoseksual sebagai perhatian kedua bagi *Fujoshi*.

Persamaan antara penelitian ini adalah subjek yang dikaji yaitu *Fujoshi* dengan konsep budaya populer. Perbedaannya pada penelitian terdahulu menggunakan teori performativitas gender dari Judith Butler sedangkan pada

penelitian ini menggunakan teori semiotik Roland Barthes dengan mengkaji subkultur yang timbul karena praktik *shipping* oleh *Fujoshi*.

Berikutnya adalah hasil penelitian oleh Awanis Akalili, Febriansyah Kulau, dan Syarifah Nur Aini (2024) berjudul “*Membedah Digital Culture: Studi Pada Produktivitas dan Partisipasi Shipper Fans K-pop*” dalam Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi. Tulisan ini berfokus pada fenomena budaya digital, terutama terkait dengan perilaku “*shipper*” di kalangan penggemar *K-pop*.

Persamaan dalam penelitian adalah berfokus pada komunitas virtual pada *Fandom K-pop* dan menggunakan *purposive sampling* dalam teknik penentuan informan. Perbedaannya yaitu, penelitian terdahulu menggunakan teori klasik John Fiske mengenai *productivity* dan *participation* (Fiske, 1992-2010) sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teori semiotik oleh Roland Barthes dan fokus penelitian pada aplikasi TikTok.

Berikutnya adalah hasil penelitian Keyi Yuan (2024) berjudul “*The Pervasive Influence Of Shipping Culture in K-pop and Its Impact on Gender Dynamics*” dalam jurnal *Social Science, Education and Humanities Research*. Artikel ini membahas *shipping culture* dan isu gender. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas isu terkait fenomena *shipping culture* pada *K-pop*. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan membagikan kuesioner kepada para responden (ada 255 orang yang terlibat dalam kuesioner ini), sedangkan pada

penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan netnografi yang berfokus pada ruang digital.

Berikutnya adalah skripsi yang ditulis oleh Luthfi Perdana R. (2024) berjudul “Base Pelangi Sebagai Ruang Aman Komunitas LGBTQ+ (Analisis Strukturalisme Levi-Strauss Pada Ruang Digital), Universitas Andalas. Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan netnografi dalam mengumpulkan dan menganalisis data dimana ruang digital menjadi lokasi penelitiannya. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu mengkaji Komunitas LGBTQ+ pada platform twitter dengan menggunakan teori strukturalisme Levi-Strauss, sedangkan dalam penelitian ini mengkaji fenomena *shipping* oleh *Fujoshi* dengan menggunakan teori semiotik Roland Barthes.

Berikutnya adalah skripsi yang ditulis oleh Misbach Ulchairi (2022) berjudul “*Dunia Maya Fujoshi Dalam Komunitas Grup Telegram “Raikantopeni”*”, Universitas Andalas. Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas tentang *Fujoshi* yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu berfokus pada komunitas *Fujoshi* dalam grup telegram raikantopeni sedangkan penelitian ini pada fenomena *shipping* oleh *Fujoshi* pada platform TikTok dengan menggunakan teori semiotik Roland Barthes dengan mengkaji subkultur oleh aktivitas *shipping Fujoshi*.

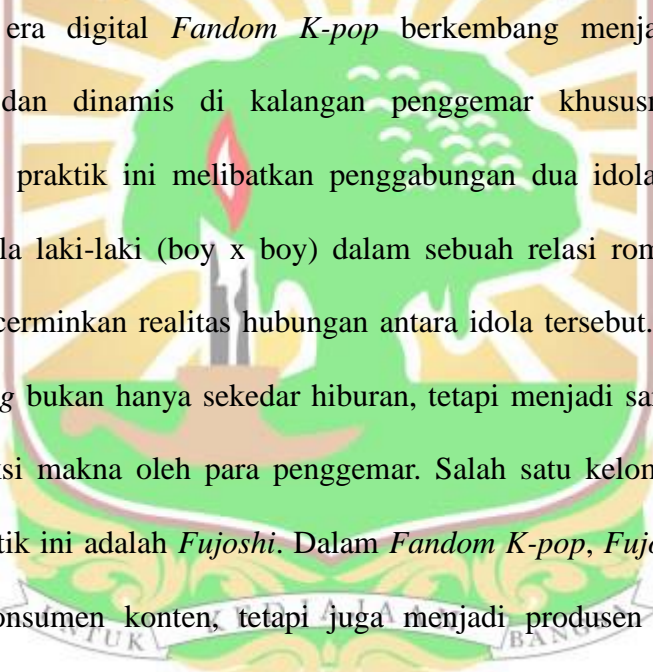
Berikutnya adalah skripsi yang ditulis oleh Mellysa Dwi Harni (2024) berjudul *“Childfree Life: Wacana Hidup tanpa Anak Sebagai Resistensi Terhadap Wacana Dominan (Studi Netnografi pada Komunitas Online Childfree Indonesia di Media Sosial Facebook), Universitas Andalas*. Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan netnografi yang membahas komunitas online. Data yang diperoleh secara virtual dengan melakukan observasi partisipatif, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas fenomena childfree pada komunitas platform facebook sedangkan dalam penelitian ini membahas fenomena *shipping* pada komunitas *Fujoshi* di platform TikTok.

Terakhir yaitu hasil penelitian Intan Syafrinal, Eka Vidya Putra (2023) berjudul *“Fenomena Fujoshi di Kalangan Penggemar NCT pada Komunitas Penulis Wattpad (Studi Kasus 5 Penulis Fanfiction NCT) dalam jurnal perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*). Hasil penelitian menunjukkan ada beberapa faktor penyebab seorang penggemar menjadi *Fujoshi*. Pertama, lingkungan pertemanan yang mempengaruhi informan kedua, media sosial, informan menemui konten-konten yang bermuatan *fujosh*, penasaran dan pada akhirnya menjadi *Fujoshi*. Ketiga, pelarian dari masalah, *Fujoshi* dijadikan sebagai pelarian dari banyaknya masalah keluarga sehingga informan merasa lebih Bahagia.

Terdapat persamaan dalam penelitian ini yaitu mengenai identitas diri *Fujoshi* dan penelitian ini dilakukan pada ruang digital. Adapun perbedaannya

yaitu penelitian terdahulu berfokus kepada faktor penyebab kenapa seorang penggemar menjadi penulis *fanfictionhomoerotic* terkhusus pada grup idola NCT pada aplikasi wattpad dengan menggunakan teori fenomenologi oleh Alfred Schutz, sedangkan pada penelitian ini yaitu, fenomena *shipping* yang membentuk subkultur pada komunitas *Fujoshi* dengan menggunakan teori semiotik oleh Roland Barthes.

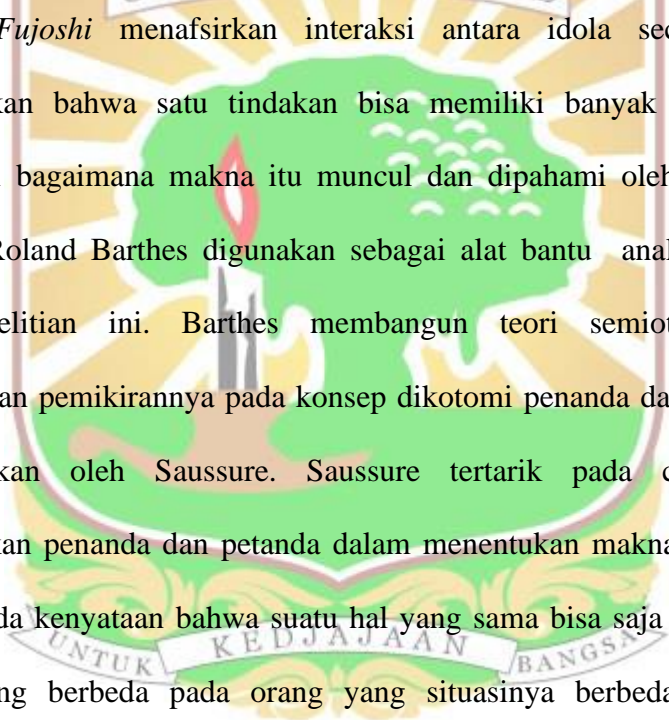
F. Kerangka Pemikiran



Dalam era digital *Fandom K-pop* berkembang menjadi ruang yang kompleks dan dinamis di kalangan penggemar khususnya penggemar perempuan. praktik ini melibatkan penggabungan dua idola yang biasanya sesama idola laki-laki (boy x boy) dalam sebuah relasi romantis dan tidak selalu mencerminkan realitas hubungan antara idola tersebut. Dalam konteks ini, *shipping* bukan hanya sekedar hiburan, tetapi menjadi sarana interpretasi dan produksi makna oleh para penggemar. Salah satu kelompok yang aktif dalam praktik ini adalah *Fujoshi*. Dalam *Fandom K-pop*, *Fujoshi* tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga menjadi produsen makna melalui pembuatan fanfiction, fanart, dan narasi *shipping* yang tersebar di berbagai platform digital (Kuo, 2020).

Proses produksi makna ini tidak terjadi secara lepas dari media yang dikonsumsi oleh para penggemar. Representasi yang muncul dalam berbagai tayangan dan interaksi idola menjadi bahan utama bagi *Fujoshi* dalam membangun narasi *shipping* yang bersifat imajinatif (Mawar, 2022). Media

populer korea selatan seperti variety show, video interaksi antar idol, hingga media sosial menjadi ruang yang penuh dengan ambiguitas hubungan. Gestur-gestur fisik, tatapan mata, sentuhan, dan bahasa tubuh yang terekam dalam media sering kali menjadi dasar bagi penggemar untuk membaca adanya “kemungkinan hubungan” di antara idola (Andini, 2015). Representasi tersebut, baik disengaja maupun tidak, menciptakan peluang untuk dibaca secara imajinatif oleh *Fujoshi*.



Cara *Fujoshi* menafsirkan interaksi antara idola secara imajinatif menunjukkan bahwa satu tindakan bisa memiliki banyak makna. Untuk memahami bagaimana makna itu muncul dan dipahami oleh *Fujoshi*, teori semiotik Roland Barthes digunakan sebagai alat bantu analisis yang tepat pada penelitian ini. Barthes membangun teori semiotiknya dengan mendasarkan pemikirannya pada konsep dikotomi penanda dan petanda yang diperkenalkan oleh Saussure. Saussure tertarik pada cara kompleks pembentukan penanda dan petanda dalam menentukan makna, tetapi kurang tertarik pada kenyataan bahwa suatu hal yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang situasinya berbeda. Gagasan ini kemudian dikembangkan oleh Barthes dengan menambahkan lapisan makna konotasi dalam analisis tanda.

Semiotika mempelajari keberadaan tanda, baik berupa simbol maupun kata, dalam konteks sosial, dan digunakan untuk menganalisis teks, gambar, atau simbol dalam berbagai media sebagai bentuk komunikasi berbasis tanda (Barthes, 1987). Barthes menjelaskan bahwa tanda terdiri dari dua unsur

utama yaitu penanda (bentuk fisik tanda berupa gambar, kata, suara) dan petanda (konsep atau makna yang dibayangkan). Dalam karyanya “*Image Musik Text*” terdapat esai yang berjudul “*The Photographic Massage*”, Barthes (1977: 17-13) membedakan dua tingkat makna dalam foto atau citra visual, yaitu denotasi dan konotasi.

Model semiotik Roland Barthes membahas pemakaian tanda melalui penandaan dua langkah, yaitu mencari makna yang denotasi dan konotasi, yaitu arti sebenarnya dan arti kiasan. Denotasi adalah tingkatan makna yang menjelaskan hubungan antara tanda dan rujukan dengan realitas, sehingga menghasilkan makna yang eksplisit, langsung, dan pasti. Pada saat yang sama, tingkat makna konotasi memperjelas antara penanda dan tanda, di mana tanda tidak langsung dan tersembunyi beroperasi. Barthes menempatkan bahasa sebagai sistem tanda utama, namun ia menekankan bahwa sistem tanda lain seperti mode atau gambar bekerja dengan prinsip yang serupa. Menurut Barthes makna tidak bersifat alami, melainkan dikonstruksi melalui konteks budaya tempat tanda tersebut beroperasi.

Teori Roland Barthes mengenai denotasi dan konotasi menjelaskan bahwa gestur idol yang tampak dibaca secara denotasi sebagai kebersamaan atau persahabatan biasa, namun dapat dibaca secara konotasi oleh *Fujoshi* sebagai bentuk tanda-tanda relasi romantis atau seksual. Barthes menyebutkan bahwa denotasi sebagai sistem “pertama”. Biasanya pemakai tanda mengembangkan pemakaian tanda ke dua arah ke dalam apa yang disebut Barthes sebagai sistem “kedua”. Konotasi diberikan oleh pemakai tanda. Konsep konotasi ini

digunakan oleh Barthes untuk menjelaskan gejala budaya yang dilihat sebagai tanda memperoleh makna khusus dari anggota masyarakat.

Konotasi inilah yang menjadi pusat praktik *shipping*. Para penggemar membaca tanda-tanda visual dan verbal dalam media melalui kerangka makna yang mereka bangun sendiri, berdasarkan pengalaman, imajinasi, dan nilai-nilai yang mereka anut. Dengan kata lain, *shipping* bukan sekedar reaksi terhadap konten media, tetapi merupakan bentuk aktif dari pembaca dan produksi makna baru terhadap representasi yang ada. Peristiwa, struktur yang ditemukan di sesuatu dan suatu kebiasaan yang dilakukan bisa disebut tanda.

Dengan pendekatan semiotik Barthes, fenomena *shipping* dipahami sebagai praktik pembacaan tanda yang kompleks, di mana penggemar mengonstruksi makna berdasarkan potongan-potongan symbol, visual, dan narasi yang mencerminkan relasi antara penggemar dan idola, tetapi juga menjadi ruang negosiasi identitas, fantasi, dan Hasrat yang bersinggungan dengan norma-norma gender dan seksualitas yang berlaku dalam masyarakat. Dalam esai "*Rhetoric of the Image*" (1977: 32-51), Barthes menjelaskan bahwa gambar selalu bersifat polisemi atau memiliki banyak makna. Oleh karena itu praktik *Fujoshi* dalam mengedit, Menyusun ulang, dan menyebarkan video *shipping* mencerminkan proses pemaknaan tanda.

Dalam karyanya Barthes menyebutkan "*The linguistic message helps to choose the correct level of perception by avoiding some floating chains of signifieds*" (Barthes, 1977: 39). Dalam kalimat tersebut menjelaskan bahwa

fungsi teks sebagai petunjuk makna dalam visual. Kemudian Barthes juga menyebutkan “*“What the photograph reproduces to infinity has occurred only once: the photograph mechanically repeats what could never be repeated existentially”* (Barthes, 1977: 4). Hal ini menunjukkan bahwa makna gambar atau video bisa direkonstruksi berkali-kali. Proses pembacaan tanda yang dilakukan oleh *fujoshi* ini tidak lepas dari peran media digital sebagai media utama penyebaran produksi makna salah satu platform yang sangat berpengaruh dalam proses ini adalah TikTok. TikTok, memainkan peran penting dalam menyebarkan dan memperkuat praktik dalam fenomena *shipping* ini. TikTok memungkinkan penggemar mengedit dan memotong video interaksi idola secara selektif, sehingga membentuk narasi *shipping* yang intens. Potongan-potongan video atau gambar yang diambil dari konteks aslinya memberikan peluang interpretasi konotasi yang luas.

Menurut Barthes , konotasi dalam semiotika bukan hanya soal makna tambahan, tetapi juga bentuk interpretasi budaya yang mencerminkan struktur sosial dan nilai-nilai yang diyakini masyarakat. Dalam hal ini, *shipping* adalah praktik interpretatif yang memperlihatkan bagaimana penggemar membaca dan mengonstruksi ulang budaya populer sesuai dengan kepentingan dan keinginan mereka.

Selain sebagai bentuk interpretasi, *shipping* juga mencerminkan struktur sosial komunitas penggemar. *Fujoshi* sering kali membentuk komunitas yang saling mendukung dan berbagi narasi, menciptakan ruang sosial tersendiri

dalam budaya digital. Narasi *shipping* yang mereka produksi tidak hanya tersebar secara individual, tetapi menjadi wacana bersama yang memperkuat identitas kolektif mereka. Dalam perspektif Barthes, produksi tanda secara kolektif ini menunjukkan bagaimana makna tidak hanya dibentuk oleh teks atau media, tetapi juga oleh relasi sosial yang mendasarinya. Tanda menjadi dinamis karena terus dibentuk dan ditafsirkan ulang oleh yang menggunakannya.

Barthes juga menegaskan bahwa setiap praktik budaya adalah medan pertarungan makna, di mana tanda-tanda tidak pernah bersifat netral. Ia menyebut bahwa dalam sistem tanda kedua, “makna kultural” dihasilkan melalui praktik sosial yang terus dibentuk oleh masyarakat pengguna tanda. Dalam hal ini, *fujoshi* menjadi agen yang secara aktif memaknai ulang representasi idola di media populer sebagai bagian dari upaya mereka membentuk ruang simbolik dan identitas kolektif. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini menempatkan *shipping* bukan hanya sebagai produk hiburan, tetapi sebagai proses produksi makna budaya dalam masyarakat digital.

G. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami fenomena *shipping* di kalangan *fujoshi* dalam *Fandom K-pop*. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif para

fujoshi, serta pandangan dan makna yang mereka berikan terhadap praktik *shipping*, termasuk juga persepsi non-*fujoshi* terhadap keberadaan mereka dalam *fandom*. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan netnografi untuk melihat suatu realitas pada ruang digital yang mana pada penelitian ini menggunakan platform TikTok.

Netnografi merupakan adaptasi dari metodologi riset dalam bidang kualitatif. Netnografi adalah studi yang berfokus memahami ruang *cyber* yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri (Kozinets dalam Sulianta, 2022). Kozinets menegaskan bahwa netnografi merupakan bentuk khusus dari riset etnografi untuk mengungkapkan kebiasaan unik dari jenis interaksi sosial yang termediasi computer (internet). Netnografi juga merupakan sebuah metode untuk mempelajari *cybernetics* space atau ruang digital dari tekstual yang diinformasikan untuk mempelajari budaya dan masyarakat yang muncul di online (Kozinets (dalam Sulianta, 2022).

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi untuk mengeksplorasi fenomena *shipping* oleh *Fujoshi* di kalangan penggemar idol *K-pop* dalam konteks media populer. Netnografi adalah metode penelitian etnografi yang diterapkan dalam konteks online, memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi interaksi dan budaya yang muncul di ruang digital. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengamati dan menganalisis bagaimana *Fujoshi* berinteraksi terkait konten *shipping* dalam ruang digital.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara daring dengan memilih platform media sosial TikTok sebagai lokasi utama penelitian. TikTok dipilih karena merupakan salah satu ruang digital yang sangat aktif digunakan oleh penggemar *K-pop* di Indonesia untuk mengekspresikan minat dan keterlibatan mereka, khususnya dalam praktik *shipping* antara idol laki-laki (*boy x boy*).

TikTok adalah platform milik perusahaan Tiongkok ByteDance, yang merupakan layanan jejaring sosial sebagai sarana untuk berbagi konten video (Sulianta, 2021:77). TikTok diluncurkan pada tahun 2017 tetapi baru tersedia di seluruh dunia pada 2 Agustus 2018.

Pemilihan TikTok sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan, antara lain:

- Popularitas Platform: TikTok telah menjadi platform yang sangat populer di kalangan generasi muda, termasuk penggemar *K-pop*. Banyak pengguna menciptakan dan berbagi konten yang berhubungan dengan idola *K-pop*, termasuk *shipping*, menjadikannya ruang yang kaya untuk eksplorasi.
- Interaksi Sosial: TikTok memungkinkan interaksi langsung antara pengguna melalui komentar. Hal ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mengamati dinamika sosial di antara *Fujoshi* dan penggemar lainnya, serta bagaimana mereka berinteraksi dan berdiskusi mengenai konten *shipping*.

- Variasi Konten: TikTok menyediakan berbagai bentuk konten yang dapat mencerminkan beragam pandangan dan interpretasi tentang *shipping*. Penelitian ini akan mengeksplorasi terkait hal tersebut dan bagaimana mereka membentuk persepsi dan pengalaman *Fujoshi*.

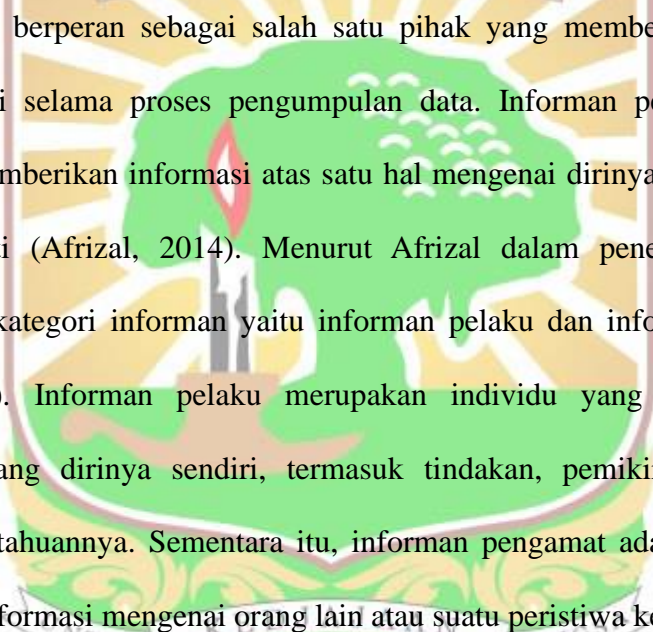
Penelitian akan difokuskan pada:

- Video-video TikTok yang akan menampilkan konten *shipping* antar idola laki-laki.
- Hashtag yang berkaitan dengan *shipping*
- Akun *Fandom* yang aktif dalam membagikan konten *shipping*.
- Komentar-komentar pengguna pada video tersebut, untuk melihat bagaimana penggemar memaknai representasi yang akan ditampilkan.

Platform TikTok dalam penelitian ini diposisikan sebagai ruang budaya digital tempat terjadinya praktik produksi dan pembacaan makna oleh komunitas penggemar. Lokasi virtual ini sangat relevan untuk pendekatan semiotik, karena memungkinkan peneliti menganalisis tanda-tanda visual dan simbolik yang akan diproduksi dan dikonsumsi secara aktif oleh *Fujoshi*. Tanda visual seperti tatapan mata, gestur fisik atau sentuhan kecil, memakai pakaian atau barang yang sama. Simbol-simbol biasanya seperti nama *ship* atau gabungan dua nama idola, hashtag tertentu (misalnya: #boyslove, #namaship, #bxb, dll), dan bahasa *fandom* (misalnya: mereka banyak momen, mereka itu nyata, dipantau sama cowoknya).

Dengan memilih TikTok sebagai lokasi penelitian, studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena *shipping* di kalangan *Fujoshi* dalam konteks platform media sosial yang dinamis dan interaktif. Melalui pengumpulan data yang komprehensif di TikTok, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang pengalaman dan perspektif *Fujoshi* dalam *Fandom K-pop*.

3. Informan Penelitian



Informan berperan sebagai salah satu pihak yang memberikan informasi kepada peneliti selama proses pengumpulan data. Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi atas satu hal mengenai dirinya atau orang lain kepada peneliti (Afrizal, 2014). Menurut Afrizal dalam penelitian kualitatif memiliki dua kategori informan yaitu informan pelaku dan informan pengamat (Afrizal 2014). Informan pelaku merupakan individu yang menyampaikan informasi tentang dirinya sendiri, termasuk tindakan, pemikiran, penafsiran, maupun pengetahuannya. Sementara itu, informan pengamat adalah pihak yang memberikan informasi mengenai orang lain atau suatu peristiwa kepada peneliti.

Dalam penelitian ini teknik penentuan informan yang digunakan oleh peneliti adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Notoatmodjo (2010) Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan atas suatu pertimbangan, seperti ciri-ciri atau sifat-sifat suatu populasi. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memilih partisipan yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau karakteristik khusus yang relevan dengan

fenomena yang diteliti, yaitu *shipping* oleh *Fujoshi* dalam *Fandom K-pop*.

Informan yang dipilih akan memenuhi beberapa kriteria berikut:

- Menjadi penggemar *K-pop* aktif minimal sudah dari 3 tahun.
- Menyukai banyak boygrup *K-pop* atau *multifandom*
- Aktif menggunakan TikTok sudah lebih dari 3 tahun
- Mengonsumsi atau Memproduksi konten *shipping*

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka diperoleh tujuh informan pelaku dalam penelitian ini. Informan tersebut diperoleh dari grup chatting *Fandom K-pop* di platform WhatsApp dan juga dari TikTok. Para informan tersebut, yaitu:

Tabel 1 Informan Penelitian

No	Nama Informan (Samaran)	Usia	<i>Fandom</i>	Bentuk Keterlibatan	Latar Belakang
Informan Pelaku					
1.	Nato	23 tahun	Engene, Onedoor, Zerose, Allyz	Konsumsi dan repost konten	Kerja
2.	Sunghoon'gf	25 tahun	Engene, Moa, Allyz	Konsumsi dan repost konten	Belum bekerja
3.	Hikaru	17 tahun	Nctzen, Closer, Bandi	Konsumsi konten, Pernah edit konten	Mahasiswa
4.	Nana	18 tahun	Army, Carat, Sai,	Konsumsi Konten, pernah bikin AU	Mahasiswa
5.	Glen	18 tahun	Army, Teume,	Konsumsi konten	Mahasiswa

			Allyz		
6.	Aiki	16 tahun	Engene, Stay, Nctzen	Produksi AU (Creator TikTok)	SMA
7.	Aiyen	18 tahun	Stay, Engene, Sai	Produksi konten (Creator TikTok)	Mahasiswa
Informan Pengamat					
1.	Riz	22 tahun	Carat, Allyz, Atiny		Belum Bekerja
2.	Hans	25 tahun	Engene, Closer, Wannable		Belum bekerja

Beberapa informan tidak bersedia mencantumkan nama mereka. Maka dari itu, nama yang digunakan dalam penelitian ini merupakan nama alias yang dipilih oleh informan.

4. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu :

a. Studi Literatur

Studi literatur merupakan metode penting dalam penelitian kualitatif yang membantu peneliti memahami bagaimana topik serupa telah dikaji sebelumnya serta menemukan celah atau fokus baru yang bisa dikembangkan. Menurut Bungin (2007), Studi literatur dilakukan untuk memahami teori dan konsep penting. Dalam konteks ini yang berkaitan dengan praktik *shipping* dalam *Fandom K-pop*, terutama dari sudut pandang semiotika dan budaya populer. Studi

ini mencakup bacaan dari jurnal ilmiah atau penelitian terdahulu yang relevan dengan subkultur *Fujoshi* dan analisis media digital.

b. Observasi partisipatif

Observasi partisipatif adalah metode pengumpulan data di mana peneliti terlibat langsung secara aktif dalam objek yang diteliti (Susanto, 2006). Dalam penelitian ini observasi digunakan untuk mengamati aktivitas para penggemar *K-pop* yang terlibat dalam praktik *shipping* dan komunitas *fujoshi* di media sosial. Observasi dilakukan secara daring dengan pendekatan netnografi, yaitu metode observasi yang menyesuaikan diri dengan budaya digital dan aktivitas virtual para partisipan.

Peneliti akan melakukan observasi partisipatif yaitu dengan mengamati interaksi yang terjadi di platform TikTok yang berupa unggahan *fanart*, *fanfiction*, komentar, serta diskusi antar penggemar terkait pasangan idol laki-laki. Observasi ini bertujuan untuk menangkap pola komunikasi, ekspresi budaya, dan bentuk keterlibatan penggemar dalam membentuk narasi *shipping* yang menjadi bagian penting dalam dinamika *Fandom K-pop* dan juga terlibat langsung dalam diskusi mengenai fenomena *shipping* oleh *fujoshi*. Data yang diperoleh dari observasi ini digunakan sebagai bahan utama analisis fenomena *shipping* dalam konteks komunitas *fujoshi* dalam *Fandom K-pop*.

c. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan dengan tanya jawab antara dua orang atau lebih (Susanto, 2006). Pada penelitian ini wawancara dilakukan secara

daring. Proses wawancara dilakukan melalui platform WhatsApp untuk memudahkan komunikasi dan menjaga kenyamanan informan. Seluruh percakapan dengan informan dilakukan melalui personal chat atau pesan pribadi. Setelah melakukan pendekatan melalui chat, peneliti meminta izin untuk melakukan wawancara mendalam kepada para informan. Dari seluruh informan yang diwawancarai, dua diantaranya bersedia untuk melakukan panggilan telepon, tiga diantaranya melakukan voice note (vn), dan sisanya hanya bersedia untuk melakukan wawancara melalui chat saja. Wawancara dilakukan bersama Nato 1 November 2025. Kepada Dikta, Nana, dan Glen pada 15 November 2025. Kepada Sunghoon'gf dan Hikaru pada 17 November 2025). Kemudian kepada Aiki dan Aiyen pada tanggal 19 Januari 2026).

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah Teknik pengumpulan data baik itu mencatat ataupun menganalisis dokumen tertulis, visual, maupun digital yang berkaitan dengan objek penelitian. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen (Susanto, 2006).

Dalam penelitian ini, Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan berbagai materi digital yang berkaitan dengan praktik *shipping* dan ekspresi budaya *fujoshi* dalam *Fandom K-pop*. Data dokumentasi yang dikumpulkan mencakup tangkapan layar (*screenshot*) unggahan media sosial seperti fanart/fanfiction, dan komentar *fujoshi* pada konten *shipping*. Dengan ini, peneliti

dapat mengumpulkan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan lebih komprehensif.

5. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman (1994), yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*verification*).

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan seleksi terhadap konten *shipping* di TikTok, pernyataan informan, serta symbol visual yang relevan dengan makna *shipping* menurut perspektif *fujoshi*. Kemudian peneliti mengelompokkan akun dan komentar fans.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan tahapan dalam analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menyusun dan mengorganisasikan data tersebut. Data yang telah direduksi sebelumnya ditampilkan dalam bentuk terstruktur. Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan dalam bentuk naratif deskriptif dan juga disusun dalam bentuk tabel. Data yang disajikan menggambarkan hasil observasi konten *shipping* di TikTok, kutipan dari komentar *fujoshi*, serta deskripsi simbol dan

tanda visual yang ditafsirkan secara semiotik. Sebagaimana menurut Miles dan Huberman (1994), penyajian data merupakan bagian integral dari analisis karena memungkinkan peneliti Menyusun bukti secara sistematis dan logis sebelum menarik kesimpulan yang valid.

c. Penarikan Kesimpulan (Verification)

Penarikan kesimpulan merupakan tahapan akhir yang dilakukan dalam proses analisis data yang dilakukan secara terus menerus sejak awal hingga akhir penelitian. Pada tahap ini, peneliti merumuskan makna-makna yang muncul dari hasil pengumpulan data melalui studi literatur, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam konteks penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan untuk memahami bagaimana *Fujoshi* memaknai praktik *shipping* dalam *Fandom K-pop*, khususnya melalui media sosial seperti TikTok. Kesimpulan ini mencerminkan bagaimana praktik tersebut membentguk ruang imajinatif dan simbolik *fujoshi* dalam budaya populer.

Menurut Miles dan Huberman (1994), kesimpulan dalam penelitian kualitatif bukanlah sesuatu yang muncul di akhir saja, tetapi dikembangkan secara bertahap melalui refleksi mendalam selama proses pengumpulan dan analisis data berlangsung. Hasil akhir dari penarikan kesimpulan ini adalah pemahaman mendalam tentang makna simbolik dan subkultur dalam praktik *shipping* oleh *fujoshi* di dalam media populer.

6. Proses Jalannya Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada platform media sosial TikTok melalui beberapa tahapan. Tahapan yang dilakukan selama penelitian dimulai dari penulisan proposal, seminar proposal, pengumpulan data hingga penulisan skripsi. Diskusi mengenai topik penelitian dilakukan sejak akhir semester 7. Proposal penelitian dengan judul “Fenomena *shipping* oleh *fujoshi* di kalangan *fandom k-pop* dalam media populer” diseminarkan pada 04 september 2025.

Penelitian ini diawali dengan pengamatan awal terhadap fenomena *shipping* di kalangan *fandom K-pop*, khususnya yang dilakukan oleh komunitas *fujoshi* di ruang digital. Pengamatan awal ini bertujuan untuk memahami konteks sosial dan kultural dari praktik *shipping* serta mengidentifikasi karakteristik umum konten yang beredar di media sosial. Pada tahap ini, peneliti melakukan penelusuran awal terhadap berbagai unggahan, akun, dan interaksi penggemar di platform TikTok sebagai lokasi penelitian.

Setelah proposal diterima, selanjutnya tahap pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif daring terhadap konten *shipping* yang diunggah di TikTok. Data yang dikumpulkan meliputi video *fan edit*, caption, komentar, serta bentuk interaksi lain yang berkaitan dengan praktik *shipping*. Selama proses ini, peneliti juga melakukan pencatatan dan pengarsipan artefak digital yang dianggap relevan untuk dianalisis lebih lanjut.

Peneliti melakukan pendekatan kepada beberapa informan dan kemudian aktif berinteraksi melalui platform whatsapp dengan melakukan kegiatan share video

TikTok yang memuat konten *shipping* untuk melihat bagaimana respon yang diberikan oleh informan.

Mulai dari awal Oktober hingga akhir November 2025, peneliti mengumpulkan data-data tambahan, dengan melakukan wawancara kepada informan. Setelah semua data terkumpul, berikutnya yaitu pengolahan data. Data diolah dan disajikan dalam bentuk deskripsi, tabel, dan juga melakukan transkrip wawancara agar mempermudah proses pengolahan data.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian terkait fenomena *shipping* oleh *fujoshi*. Analisis ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana tanda-tanda visual dan naratif digunakan oleh *fujoshi* dalam membangun relasi imajiner antar idol. Proses analisis dilakukan secara bertahap dengan mengaitkan temuan visual dengan konteks budaya fandom.

