



Pola Penyebaran Konten Homoseksual Melalui Media Sosial Twitter

Patterns of Homosexual Content Dissemination Through Twitter Social Media

Rangga Galura Gumelar* & Tasya Kamila

Program Studi Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

Abstrak

Munculnya media baru sesungguhnya memberikan kontribusi pada eksistensi dari kaum yang dianggap marginal, media sosial terutama Twitter memberikan ruang bagi kelompok gay memiliki penggemar atau yang dikenal dengan istilah fujoshi. Fujoshi sendiri merupakan sebutan untuk penggemar perempuan yang menyukai manga yaoi/Boy's Love. Fujoshi di Indonesia mengonsumsi dan menyebarkan konten yang mereka temukan di sosial media Twitter. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggali informasi secara dalam dan terbuka pada berbagai tanggapan. Pada metode ini peneliti menganalisis opini yang terdapat di berbagai konten, seperti teks dan gambar. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, studi pustaka, dan kritikal linguistik. Validasi penelitian menggunakan teknik triangulasi dan analisis data sehingga dapat dibuat sebuah kesimpulan. Adapun Hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat sebuah pola penyebaran konten homoseksual di Twitter dimana simbol yang di ungkapkan tidak vulgar akan tetapi masuk pada kategori yang unik karena terdapat simbol teks dan gambar tentang homoseksual. Simbol dan istilah ini digunakan untuk bisa membedakan akun-akun yang memproduksi sebuah konten homoseksual atau gay.

Kata Kunci: Homoseksual; Twitter; Pola Penyebaran; Simbol; Fujoshi.

Abstract

The emergence of new media contributes to the existence of people who are considered marginalized, social media, especially Twitter, provides space for gay groups to have fans or what is known as fujoshi. Fujoshi itself is a term for female fans who like Yaoi/Boy's Love manga. Fujoshi in Indonesia consume and disseminate the content they find on social media and Twitter. The method used in this research is qualitative research that aims to explore information in depth and is open to various responses. In this method, researchers analyze opinions contained in various contents, such as text and images. Data collection techniques were interview, observation, literature study, and linguistic criticism. Research validation uses triangulation techniques and data analysis so that a conclusion can be made. The results of the study found that there is a pattern of spreading homosexual content on Twitter where the symbols expressed are not vulgar but fall into a unique category because there are text and image symbols about homosexuals. These symbols and terms are used to distinguish accounts that produce homosexual or gay content.

Keywords: Homosexual; Twitter; Spread Pattern; Symbol; Fujoshi

How to Cite: Gumelar, R.G., & Kamila, K. (2024). Judul Pola Penyebaran Konten Homoseksual Melalui Media Sosial Twitter (JIPIKOM), 6(2): 206-215



PENDAHULUAN

Berkembangnya zaman makin banyak memunculkan isu-isu baru di dalam masyarakat, salah satu penyimpangan yang saat ini menjadi sorotan publik, yaitu LGBT (Lesbi, Gay, Biseksual, Transgender), sebuah penyimpangan pada orientasi seksual seseorang. Orientasi seksual merupakan sebuah ketertarikan secara emosional dan seksual kepada jenis kelamin tertentu, contohnya seperti heteroseksual, homoseksual, dan biseksual. Heteroseksual merupakan ketertarikan secara romantisme, emosi, serta seksual pada lawan jenisnya. Homoseksual adalah ketertarikan secara emosi, romantisme, serta seksual kepada sesama jenisnya (Betrinadyan & Resdati, 2023). Gay adalah sebutan untuk lelaki dengan lelaki, sedangkan lesbian sebutan untuk perempuan suka Perempuan. Kemudian, biseksual merupakan orang yang tertarik dari segi seksual, romantise, dan emosi pada lawan dan sesama jenisnya. Tak hanya itu, muncul juga penyimpangan pada orang yang merasa gender yang ia percayai berbeda dengan anatomi kelamin dan fisik yang ia miliki, sehingga mereka merubah seperti melakukan operasi pada kelamin untuk menyesuaikan dengan gender yang mereka percaya dan inginkan.

Fenomena penyimpangan ini atau istilah dari LGBT telah diresapi dari tahun 1990-an yang menggantikan sebutan "komunitas gay", dikarenakan istilah LGBT lebih mewakili kelompok-kelompok dalam sebutan ini. Maraknya fenomena ini dipicu oleh banyaknya informasi yang diberitakan oleh media ataupun aktivis dari para penganut LGBT yang melintasi batasan. Eksistensi dan jumlah gay yang ada di Indonesia berkembang sangat cepat khususnya Kota-Kota besar seperti Jakarta, Bali, Surabaya dan Yogyakarta (Manik et al., 2021), dilansir dari suara.com menyebutkan jumlah orang gay di Indonesia ada ratusan ribu orang, diperkirakan sekitar 3 persen dari penduduk Indonesia merupakan LGBT. Namun, angka ini belum pasti kebenarannya, karena banyak yang lebih memilih untuk menutup diri dan bersembunyi, karena hukum di Indonesia tidak menerima keberadaan mereka.

Salah satu kelompok dalam homoseksual yaitu gay, memiliki cukup banyak pengikut atau penyuka sehingga mereka terdengar sangat familiar. Hal ini bisa terjadi karena kemudahan dalam penggunaan internet oleh para gay untuk saling berkomunikasi, bersosialisasi, mencari informasi dengan menggunakan media sosial. Kelompok gay ini menggunakan internet untuk membuat sebuah jaringan pertemanan agar rahasianya terjaga, sebuah tempat yang aman sebelum bertemu secara langsung, dan juga sebagai tempat mencari hiburan, pelarian, dan tentunya pengalaman. Jejaring sosial merupakan sebuah wadah yang luas, informasi masuk sesuai dengan apa yang kita inginkan, sedangkan informasi mengenai hal-hal yang jauh dari ketertarikan kita akan sedikit masuk dalam sosial media yang kita gunakan, sehingga keberadaan gay ini tidak banyak diketahui oleh masyarakat, sehingga kelompok gay ini bisa berkomunikasi secara bebas dengan sesamanya. Seiring dengan berkembangnya waktu, kelompok gay ini semakin berani untuk menunjukkan keberadaannya di dalam masyarakat, dilihat dari berita atau informasi yang menceritakan tentang kehidupan kaum gay. Secara terminologi gay dibagi menjadi 3, yaitu *Top*, *Bottom*, dan *Versatile* (Jafar, 2016). *Top* merupakan julukan untuk orang yang berperan sebagai laki-lakinya, *Bottom* julukan untuk yang berperan sebagai wanitanya, sedangkan *Versatile* digunakan sebagai laki-laki atau wanita berdasarkan dengan pasangannya.

Media sosial merupakan teknologi yang memfasilitasi penggunaanya dengan pertukaran ide dan informasi secara teks dan visual melalui jaringan dan komunitas virtual. Media sosial dalam perspektif Littlejohn masuk pada Sibernetika dimana antara alat yang digunakan harus dilengkapi kemampuan manusia dalam mengoperasikannya (Littlejohn & Foss, 2010). Di media sosial kita dapat melihat dan mengunggah konten, serta berinteraksi dengan *like*, *share*, *comments*, dan *discussion*. Media sosial juga bisa digunakan sebagai tempat untuk berkampanye sebuah isu atau informasi. Namun, dari berbagai keunggulan yang dimiliki sosial media, tak

terkadang media sosial merupakan sebuah konstruksi realitas sosial yang didalamnya tidak dalam sebuah ruang hampa (Berger & Luckmann, 2016), yang berdampak negatif dan positif yang muncul dari jejaring sosial ini karena penyebaran informasi yang cepat. Berdasarkan hasil survei Susenas 2022, sebanyak 66,48% penduduk Indonesia telah mengakses internet menurut data yang dicatat oleh BPS. Dengan angka yang besar ini, Indonesia adalah salah satu negara dengan penggunaan jejaring sosial terbesar di dunia, dan berada di urutan ke-4 dengan jumlah 212,9 juta pengguna internet dibawa China, India dan Amerika Serikat.

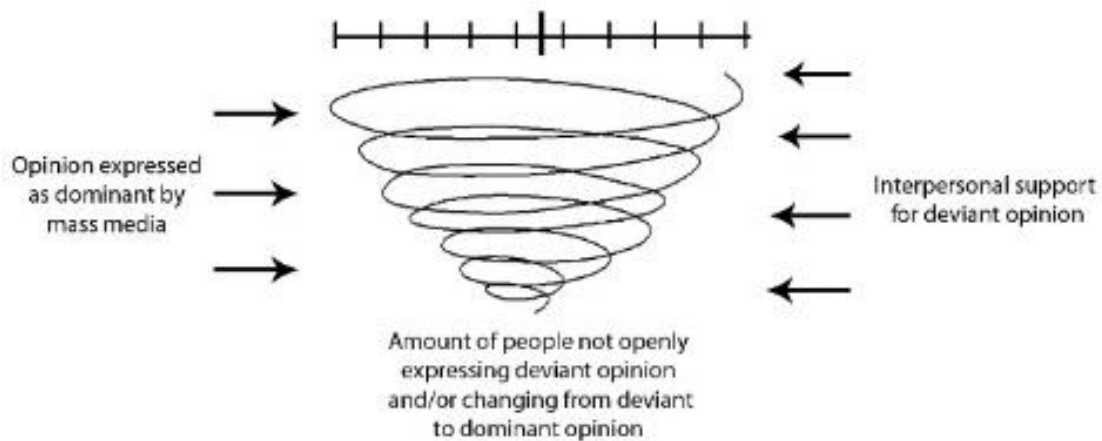
Munculnya media sosial ini, salah satunya Twitter membuat kelompok homoseksual lebih memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri dan mengatur dirinya tanpa perlu bertatap muka, dan interaksi yang dilakukan antara mereka lebih mudah sehingga mereka dapat membuka diri. Media sosial saat ini bukan sekeadar pada batasan virtual semata akan tetapi media sosial merupakan ruang publik yang terkadang menjadi ruang pribadi serta menunjang pada eksistensi seseorang yang tak jarang menimbulkan ikatan sosial (Nasrullah, 2015) Berdasarkan We Are Social (2023) sebanyak 167 juta orang merupakan pengguna aktif media sosial di Indonesia. Lalu pada Januari 2023 tercatat sebanyak 556 juta pengguna Twitter di dunia. Sedangkan untuk pengertian dari Twitter sendiri adalah sebuah situs jejaring sosial online yang berfungsi untuk membantu orang-orang berkomunikasi dengan sebuah pesan singkat yang disebut dengan "kicauan". Twitter seringkali digunakan untuk mendapatkan informasi atau berita, mengikuti selebritas terkenal, dan menjalin hubungan komunikasi dengan orang lain, bahkan orang yang baru dikenal. Twitter atau sekarang lebih dikenal sebagai X, setelah dibeli oleh Elon Musk merupakan tempat bagi siapapun untuk berteriak kepada dunia untuk bersenang-senang dan beberapa orang bisa membaca cuitan mereka. Twitter juga bermanfaat untuk menyebarkan berita dan konten yang mengandung pengetahuan. Penggunaan twitter ini didukung oleh berbagai fitur yang dimiliki didalamnya, seperti suka, komentar, *retweet*, fitur gambar, video, pesan suara, dan *space*.

Interaksi yang dilakukan kelompok gay ini menimbulkan sebuah penggemar tersendiri yang menyukai perlakuan dan interaksi kaum gay, kelompok ini memiliki sebutan *fujoshi*. Dalam buku *Fujoshi Ala Indonesia Dalam Penciptaan Komunik* yang dijelaskan oleh Yueni Andri Ani, *fujoshi* adalah sebuah sebutan dari masyarakat Jepang untuk menyebut para wanita maupun gadis yang suka terhadap komik ataupun novel yang memiliki unsur *yaoi*, yaitu sebuah bacaan/tontonan tentang para lelaki yang memiliki hubungan romantis. Pada masa kini, generasi milenial menyebutnya dengan *boyslove/ BL/ bromance*. Pada tahun 1970-an yang mana di Jepang memproduksi komik *yaoi* pertama kali sehingga muncullah fenomena *fujoshi* ini. Indonesia juga terpapar fenomena ini sejak tahun 2008, karena maraknya perkembangan internet dan menyediakan berbagai macam informasi. *Fujoshi* Indonesia rata-rata merupakan remaja dan wanita berusia 18 hingga 30 tahun, namun juga ada beberapa yang lebih muda, profesi mereka juga beragam, seperti pelajar, mahasiswa, serta pekerja yang aktif dalam bersosial media dan tergabung dalam komunitas, contohnya seperti K-Pop, Otaku, Wota, dan lain-lain. Penggunaan media sosial oleh para *fujoshi* ini membentuk sebuah tren komunikasi baru di dunia maya (Al Islaniyah, 2018). Berbagai kemudahan yang diperoleh ini didukung dari aplikasi twitter dalam menjaga kerahasiaan identitas penggunanya. Anonimitas yang diberikan oleh twitter menciptakan pola komunikasi yang bebas antara sesama penyuka kaum *gay* atau *boyslove* sehingga penyebarannya pun makin meluas dengan begitu mudah.

Fujoshi di Indonesia menyatakan mulai tertarik *BL* karena tidak sengaja menemukan sebuah bacaan ataupun gambar/ilustrasi tentang *yaoi* dari suatu situs, karena rasa penasaran akhirnya mereka mencari tahu tentang hal itu lebih lanjut. *Boy's love* merupakan genre dalam sebuah komik yang memiliki dua peran kepribadian yang disebut sebagai uke dan seme. *Seme*

merupakan karakter laki-laki yang mendominasi dan lebih kuat, sedangkan *uke* adalah karakter laki-laki yang penurut atau bisa dikatakan feminim dan membutuhkan perlindungan. Karakter *uke* biasanya digambarkan sebagai pribadi yang ramah, wajah yang imut, emosional, dan lemah. Berkebalikan dengan *seme* yang memiliki penggambaran tegas, protektif, rahang kuat, dan biasanya ia digambarkan lebih tinggi badannya daripada *uke* (Sheva & Roosiani, 2022).

Pola menurut KBBI Daring merupakan sistem atau cara kerja. Sedangkan pengertian konten menurut KBBI daring, merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Dapat dikatakan, konten adalah bermacam-macam format dan informasi/berita yang tersedia melalui media, terutama pada media baru, yang berupa tulisan, gambar, audio, maupun video. Teori yang dicetuskan oleh Elisabeth Noelle-Neumann tentang “spiral ketenangan” ini membahas tentang terkadang manusia menyimpan opini mereka terhadap sesuatu daripada mengungkapkannya. Dalam kehidupan sehari-hari, kita biasa langsung membicarakan opini atau apa yang kita pikirkan, dan juga terkadang lebih memilih menutup mulut. Berdasarkan teori ini, manusia lebih mengarah bahwa mereka tidak akan memberikan opininya jika orang lain tidak melakukan hal serupa. *Spiral of silence* ini bisa disebabkan karena tidak ingin mengalami rasa pengasingan dari publik (Noelle-Neumann, 1993).



Elisabeth Noelle- Neumann's Spiral of Silence

(Gambar 1. Spiral of Silence)

Teori *spiral of silence* memiliki 3 asumsi, yaitu:

- Asumsi Ontologis, yaitu nasib atau pendapat seseorang itu bergantung pada pendapat mayoritas kelompok. Masyarakat mayoritas mempunyai kekuasaan terhadap masyarakat yang memiliki pandangan lain atau menyimpang dan tidak ingin menyesuaikan dirinya agar terhindar dari ancaman isolasi. Dimana, suatu kelompok masyarakat takut terisolasi atau terkucilkan dari lingkungannya.
- Asumsi Epistemologis, berasumsi bahwa orang akan terus diam dengan opini yang mereka miliki, karena rasa takut yang besar akan terisolasi dan mereka akan menilai iklim opini publik disekitarnya dengan melakukan observasi pendapat publik.
- Asumsi Aksiologis, menyatakan bahwa sifat netral dan tidak memihak pada opini publik, mereka cenderung berkomunikasi dengan orang-orang yang mereka rasa mendukung opini mereka. Sebaliknya, jika mereka tidak merasa adanya kesamaan pendapat, mereka akan memilih diam.

Hadirnya media sosial memberikan jalan pada sebuah kondisi yang mengkonstruksi bahwa golongan gay tersebut telah dapat meluaskan jaringannya dan memperkuat identitas mereka

bukan sebagai kaum marginal semata akan tetapi telah menjadi kaum yang dapat diterima oleh masyarakat luas. Komunitas dari para kaum Gay yang bergerak dalam dunia maya sejatinya akan membentuk pada sebuah konstruksi identitas yang ditandai dengan banyaknya simbol-simbol visual yang mengidentifikasi dan memberikan makna yang sepadan pada kelompoknya (Rahayu & Hero, 2021)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang dipakai untuk mendapatkan data secara mendalam. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai jenis penelitian yang bertujuan untuk menggali informasi secara dalam dan terbuka pada berbagai tanggapan (McCarthy & Perreault, 1994), dimana peneliti diberikan ruang luas untuk mengemukakan pikiran, pendapat serta menjelaskan pada fenomena yang terjadi (Moleong, 2021) mengenai suatu topik yang mereka angkat tanpa banyaknya pedoman pada mereka (Sugiyono, 2018).

Pada metode ini peneliti menganalisis opini yang terdapat di berbagai konten, seperti teks dan gambar. Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu: Wawancara, Observasi, Studi Pustaka serta *Critical Linguistik*. Hasil dari pengumpulan data ini dilakukan beberapa tahapan yaitu pertama, mengumpulkan data, kedua, reduksi data dengan memilih data, pengintian, penyederhanaan, dan mengolah data kasar menjadi sebuah ringkasan yang sesuai dengan judul penelitian; ketiga, penyajian data dengan mendeskripsikan hasil informasi yang telah dikumpul dan disusun sehingga terdapat kesimpulan yang dapat diambil tindakan; dan terakhir verifikasi dan kesimpulan, setelah semua data ditafsirkan dan akhirnya bisa dibuat sebuah kesimpulan dari masalah yang diteliti (Bungin, 2001).

HASIL DAN PEMBAHASAN

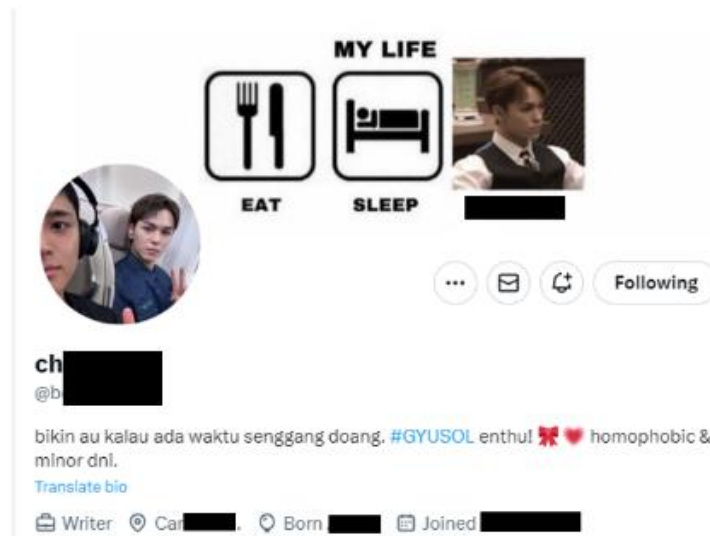
Analisa dari data-data pada penelitian ini didapatkan dari wawancara terhadap narasumber, dan observasi pada akun-akun *fujoshi* di laman sosial media twitter. Observasi yang ditemukan membahas mengenai proses menghasilkan, menyebarkan, dan mengonsumsi konten homoseksual atau *Boy's Love* di sosial media twitter, serta akun-akun yang dimiliki para *fujoshi* di media sosial twitter. Hasil wawancara diperoleh setelah mendapatkan jawaban dari beberapa narasumber, yaitu informan kunci dan informan pendukung. Informan pertama adalah Ria (nama samaran), 21 tahun yang merupakan pengguna aktif sosial media sejak di bangku sekolah dasar, sering memakai twitter untuk kebutuhan pribadi dan mencari konten tentang gay, ia juga mengaku sudah mengonsumsi konten *Boy's Love* sejak SMP kelas 7. Kemudian sebagai informan pendukung ialah dengan nama samaran Dira (20 tahun) yang mengonsumsi konten drama *gay* Thailand sejak zaman *covid* dan sekarang sudah jarang sekali mengonsumsi konten homoseksual, selanjutnya Tita (20 tahun) yang juga cukup sering menggunakan sosial media twitter dan mengonsumsi konten gay di beberapa sosial media selain twitter. Adapun temuan dalam penelitian ini:

1. Konsep Gay di Twitter

Berdasarkan hasil yang telah ditemukan peneliti, konsep Gay atau Homoseksual pada konten yang dihasilkan maupun dikonsumsi oleh *fujoshi* di Twitter bisa dikatakan unik karena menggunakan istilah-istilah baru untuk menyebutkan suatu kondisi atau hal yang tidak familier di masyarakat. Konten homoseksual yang dibuat dan dikonsumsi cukup beragam pada setiap akun-akun *fujoshi*, seperti cerita *fanfiction*, *fanart*, dan *edited video*.

A. Penggunaan simbol pada akun

Simbol-simbol yang digunakan dalam sebuah konten di twitter cukup beragam, seperti simbol gambar maupun kalimat. Simbol-simbol tersebut dapat ditemukan dari profil akun dan bio akun.

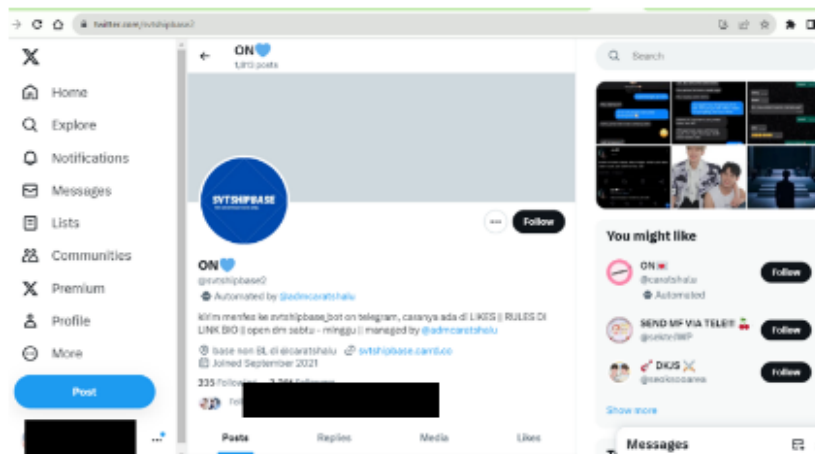


(Gambar 2. Profil salah satu pengguna twitter)

Username yang digunakan berkaitan dengan *ship* (istilah untuk menjodohkan atau mengandaikan pasangan yang seorang *fujoshi* itu sukai). Lalu, pada bio akun pengguna di atas menjelaskan bahwa ia menghasilkan/memproduksi sebuah konten homoseksual yaitu AU (*Alternative Universe*). Kemudian akun di atas juga mencantumkan tagar #GYUSOL yang merupakan nama *ship* dari idola yang ia sukai, serta menambahkan kalimat *homophobic* dan *minor dni* yang dimaksudkan bahwa ia tidak ingin orang yang *homophobic* dan berada di bawah umur mengunjungi ataupun mengonsumsi konten yang ia buat. Kemudian cover, synopsis cerita, fanart, dan penggunaan keyword yang menjadi simbol lain yang digunakan para *fujoshi* dapat mengenali akun satu sama lain.

B. Penggunaan istilah

Dalam konten-konten yang didistribusikan di sosial media twitter cukup banyak istilah-istilah yang dipakai untuk memudahkan penyebutan suatu hal. *Alternate Universe* atau AU yang merupakan sebuah cerita yang dibentuk dengan dimensi yang beda dari cerita di dunia nyata, AU yang biasanya ada di twitter dibuat oleh *fans* dengan membawa idola kesukaannya sebagai tokoh dalam cerita.



(Gambar 3. Salah satu base twitter dengan konten gay)

Kemudian ada akun *base* twitter yaitu akun yang digunakan pengguna twitter untuk mengirim *tweet* lewat *direct message* untuk kemudian di-*tweet* secara otomatis oleh bot (sistem) di dalam akun *base* twitter. Dalam cerita AU maupun drama dan *fanart* terdapat berbagai genre, salah satu genre yang lekat dalam konten homoseksual yaitu *M-Preg* dan *ABO Universe*. *ABO* (AlphaBetaOmega) merupakan sebuah dunia manusia yang mempunyai identitas kedua sesuai dengan kasta serigala. *M-Preg* atau *male pregnant* merupakan dunia dimana seorang lelaki memiliki rahim sehingga dapat dibuahi dan mengandung.

C. Produksi, Penyebaran, Konsumsi Konten Gay di Twitter

Peneliti menemukan bahwa yang menghasilkan, menyebarkan, dan mengonsumsi konten homoseksual di Twitter adalah *fujoshi*. Mereka para *fujoshi* menghasilkan dan menyebarkan konten cerita bertema *gay* mengaku hanya untuk menyalurkan daya khayal yang tinggi dan kesenangan pribadi, ini bersumber dari jawaban informan utama Ria yaitu “Suka membaca atau membuat konten *gay* itu karena suka ngeliatnya *gemes aja, terus sebagai bentuk kalau I support them in real life so I'd love to read and watch them*”. Sedangkan jawaban dari informan Dira dan Tita mereka mengungkapkan bahwa “Suka dan ngerasa lucu dengan interaksi cowok dengan cowok”, “Berawal dari drama korea yang tidak bagus kali masa covid, sehingga menjadi pengalaman dan sensasi baru untuk menonton drama *gay* dan akhirnya keterusan”. Ria juga mengungkapkan bahwa ia pernah membuat konten *gay* yaitu *fanart* dan *fanfiction* di twitter. Sedangkan Tita dan Dira hanya suka membaca atau menonton konten *Boy's Love*.

Akun *fujoshi* yang menulis konten tentang homoseksual yaitu *Boy's Love* ini biasanya menyebarkan hasil kontennya di *base-base* tersebut sehingga dapat menjangkau penyebaran lebih luas dibandingkan hanya menggunakan akun pribadi tempat *me-tweet* kontennya. Mereka juga menggunakan keyword yang sesuai. Akun yang mengonsumsi konten *fanfiction*, *fanart* adalah seorang *fujoshi*. Mereka yang mengonsumsi ini biasanya mendapatkannya dari situs internet, seperti yang dijelaskan oleh informan Dira, “Awal tau dari beranda YouTube pada zaman covid, kemudian juga muncul di TikTok”, sedangkan Tita menyebutkan, “Tau dari komik digital”, dan Ria “Dari anime genre *Boy's Love*”. Dari berbagai sosial media yang ada, mereka juga sering memakai sosial media Twitter untuk mengonsumsi konten *Boy's Love* ini. Mereka juga biasanya hanya mengonsumsi konten BL ini berdasarkan pasangan idola favorit yang ditunjukkan dengan *tweet* yang berisi *keyword* pasangan idola favorit mereka. Tema BL yang dikonsumsi para *fujoshi* pengguna akun twitter ini juga cukup beragam, yaitu mulai dari *romance*, *explicit*, *enemy to lovers*, dan lain-lain. Para informan juga suka membagikan atau merekomendasikan konten BL ini kepada teman sefrekuensi yang menyukai konten homoseksual juga.

Dalam sosial media twitter penyebaran suatu konten dapat meluas secara abstrak berdasarkan preferensi dan algoritma sebuah akun. Akun-akun dalam sosial media twitter berfungsi sangat beragam sesuai dengan kebutuhan pemilik akun, salah satunya adalah akun milik *fujoshi* yang berguna untuk memperoleh konten *fujoshi* baik itu konten cerita maupun gambar. Akun twitter *fujoshi* dapat diidentifikasi dengan foto profil dan bio akun pengguna. Foto yang digunakan *fujoshi* itu sebagai simbol dan penjelasan lebih lanjut yang tercantum pada bio akun. Tujuan dari simbol-simbol tersebut adalah sebagai sebuah *disclaimer* untuk orang yang mengunjungi akun *fujoshi*, sehingga tidak terjadi salah lapak, hingga nantinya dapat terjadi kesalahpahaman yang berujung penghinaan.

Jika dilihat secara kasat mata, kegiatan yang dilakukan *fujoshi* ini, yaitu menghasilkan, menyebarkan, dan mengonsumsi konten homoseksual, hal ini seolah-olah terlihat seperti mereka adalah kaki tangan dari kelompok LGBT. Namun, hal itu tidak sepenuhnya benar, karena para *fujoshi* ini melakukannya untuk kebutuhan dan keinginan mereka. Contohnya seperti seorang *fujoshi* yang tidak menyukai idola laki-laki favoritnya dengan idola perempuan lain sehingga

mereka lebih rela idola laki-laki mereka tersebut bersama dengan laki-laki lainnya. Namun, hasil wawancara narasumber, peneliti juga menemukan bahwa ada yang menjadi seorang *fujoshi* setelahnya mereka juga mendukung komunitas LGBT. Secara harfiah, pemikiran para *fujoshi* ini terkesan aneh, tidak masuk akal, dan memaksakan suatu hal. Ketika orang lain mencoba untuk berasosiasi dengan *fujoshi* dan mendapatkan informasi tentang hal tersebut, tentu akan merasa hal tersebut tidak masuk akal dan melenceng. Akan tetapi, ketika orang tersebut coba untuk masuk komunitas tersebut dan ingin menyampaikan pendapatnya yang berlawanan dengan pendapat komunitas, lantas para *fujoshi* tersebut menolak (Rasnika & Quroatun'Uyun, 2022). Orang-orang yang mempunyai pendapat berbeda dengan pandangan mayoritas akan secara perlahan terasingkan, dan semakin lama semakin tidak terpendang. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat Newmann yang mengemukakan teori *spiral of silence* yang mana menjelaskan bahwa pendapat dominan lebih berpengaruh dibandingkan dengan pendapat dari minoritas.

Produksi Simbol Konten Gay di Twitter

Pada umumnya para *fujoshi* di sosial media twitter menghasilkan suatu konten untuk menyalurkan daya khayal mereka dan untuk kesenangan pribadi, Tapi, tidak dapat dipungkiri bahwa para *fujoshi* ini secara tidak langsung ikut andil dalam menyebarkan fenomena LGBT menjadi suatu hal yang biasa. Apalagi dengan konten-konten yang dihasilkan sangat menarik dari segi penggambaran cerita, visual dan lain-lain. Konten yang dihasilkan mengandung unsur homoseksual di ranah romantisme ini dianggap oleh *fujoshi* merupakan suatu hal yang tidak salah. Ditambah dengan isu-isu yang lazim di alami oleh kelompok LGBT, sehingga yang mengonsumsi konten tersebut dapat menerima komunitas *gay* tersebut.

Apalagi konten yang dihasilkan menggunakan idola-idola yang banyak disukai masyarakat belakangan ini, seperti idola asal Korea Selatan. Alasan dibalik mereka menggunakan idola asal Korea Selatan tentunya karena mereka menyukai idola tersebut, dengan standar ketampanan yang diatas rata-rata. Penilaian standar ketampanan setiap orang berbeda-beda, tapi preferensi mereka tidak jauh dari tubuh yang tinggi, tegap, atletis, dan memiliki kulit putih. Selain itu terdapat alasannya lainnya, yaitu karena idola Korea Selatan ada yang memiliki fitur wajah laki-laki yang cantik, imut, dan manis sehingga membuat para *fujoshi* memasang idola laki-laki yang macho dengan idola laki-laki yang imut berdasarkan kesukaannya dalam suatu grup. Hal itu juga bisa dipicu karena interaksi anggota laki-laki di dalam grup yang sangat intim dan gemas di mata *fans fujoshi* sehingga mereka tertarik untuk menghasilkan suatu konten yang ada di khayalan mereka dan mengunggahnya di sosial media twitter.

Para *fujoshi* ini tidak semuanya menggunakan idola Korea Selatan, tetapi ada juga *fujoshi* yang menyukai dari anime, dan artis Thailand dan juga dikarenakan perkembangan zaman banyak *web series* yang bertemakan homoseksual dari Thailand. Konsep dari para tokoh juga menarik, yaitu dengan laki-laki yang berposisi sebagai *Top* atau *Seme* atau *Dominan* yang memiliki karakter kuat, gagah, *gentleman*, dan atletis, kemudian satunya sebagai *Bottom* atau *Uke* atau *Submissive* yang berkarakter lemah, manis, dan penyayang. Karakter tersebut dapat divisualisasikan oleh sosok idola dari penulis *fujoshi* yang disukai sehingga dapat mempermudah menulis *fanfiction* atau menggambar sebuah fanart. Dan lebih jauh dengan tema *M-Preg (Male Pregnant)* yang mana sosok *bottom/uke* ini dapat melahirkan. Istilah-istilah yang dipakai dalam konten homoseksual ini merupakan sebuah simbol dari akun-akun *fujoshi*, sehingga dapat diidentifikasi secara mudah. Penggunaan simbol tersebut dapat memudahkan penulis maupun pembaca agar tidak terjadi salah lapak. Penggunaan istilah-istilah ini juga digunakan untuk menyembunyikan apa yang sedang dibahas agar orang lain yang bukan *fujoshi* tidak tahu konteksnya.

Penyebaran Konten Gay di Twitter

Dari hasil observasi yang telah dilakukan peneliti di lama sosial media twitter ditemukan bahwa beberapa *fujoshi* menyebarkan konten yang setelah mereka buat, namun beberapa adapula yang menunggu momen tertentu untuk mengunggah konten yang mereka buat. Penyebaran konten teks atau gambar dilakukan dengan mencantumkan simbol atau kata kunci di *tweet* yang dapat mempermudah pembaca memilah *tags* yang sesuai dengan preferensi mereka. Simbol yang digunakan penulis dapat berupa kata kunci, sinopsis atau visual gambar di sebuah *tweet*. Biasanya juga terdapat genre cerita atau gambaran ringkas mengenai *fanfiction* yang disebarkan, serta terdapat nama idola yang penulis cantumkan sebagai tokoh. Simbol kata kunci lainnya yaitu seperti *BL*, *boyxboy*, *boyslove*, *gyujun* (nama sebutan *ship* dari idola). Kata kunci tersebut ada sebagai peringatan terhadap pembaca yang akan membaca *fanfiction* yang disebarkan bertemakan *gay*, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dan berakhir penghinaan kepada penulis. Penyebaran konten di sosial media twitter cukup mudah untuk menjangkau publik secara luas berdasarkan algoritma yang dimiliki masing-masing akun berdasarkan kesukaan mereka. Sehingga penggunaan kata kunci nama *ship* sangat penting. Hal ini juga berlaku dengan *tags* yang dipakai oleh penulis yang bisa memudahkan pembaca mencari konten serupa dengan konten yang sedang mereka konsumsi saat itu.

Konsumsi Konten Gay di Twitter

Awal dari seseorang mulai membaca konten bertemakan homoseksual ini diakibatkan oleh bermacam faktor, yaitu karena mencari di internet, merupakan seorang *K-Popers* atau *Wibu*, dan direkomendasikan oleh teman. Orang yang baru mengetahui tentang konten *gay* ini mengonsumsinya karena penasaran dengan konten yang di dapat. Kemudian ia mencari tahu lebih dalam dan akhirnya menyukai konten yang menurutnya baru, unik dan menarik sehingga dapat menyenangkan dirinya. Para *fujoshi* ini mengonsumsi konten *gay* tidak hanya di sosial media twitter, mereka juga mencari di sumber internet lain seperti *webcomic*, YouTube, Wattpad, dan lainnya. Ini dikarenakan rasa ingin dalam diri untuk mengonsumsi konten *gay* tersebut sebagai bentuk hiburan. Biasanya orang-orang yang mengonsumsi *fanfiction* di twitter menyimpan bacaan mereka di Bookmark twitter dan juga *me-like* dan *retweet* postingan dari akun penulis tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian didapatkan bahwa Pola penyebaran konten homoseksual di sosial media twitter termasuk kategori yang unik, karena terdapat simbol teks dan gambar tentang homoseksual, dimana Konten yang dihasilkan oleh para *fujoshi* ini cukup beragam, yaitu *fanfiction*, *fanart*, dan *edited video*. Selain itu Terdapat istilah-istilah yang dipakai para *fujoshi* untuk memudahkan mereka mengidentifikasi sebuah konten yang sesuai dengan preferensi mereka, yaitu seperti kata kunci nama pasangan idola, genre dalam sebuah cerita, dan *M-Preg*. *Fujoshi* ini tidak hanya mendapatkan konten homoseksual di sosial media twitter saja tetapi juga di media online lainnya seperti *webcomic*, YouTube, dan Wattpad. Orang yang baru pertama kali mengonsumsi konten homoseksual ini diakibatkan oleh beberapa faktor, yaitu karena pencarian online, seorang *K-Popers* atau *Wibu*, dan rekomendasi dari teman, selain dari itu pengguna akun twitter juga menemukan konten homoseksual dari kata kunci yang dapat dicari di fitur 'Cari', dan melalui akun-akun *base* tentang *gay*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Islaniyah, A. I. (2018). Konstruksi identitas fujoshi di media sosial instagram: studi kasus korean lovers di Surabaya. *Ilmu Komunikasi*, 4.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2016). The social construction of reality. In *Social theory re-wired* (pp. 110–122). Routledge.
- Betrinadyan, M., & Resdati, R. (2023). DRAMATURGI IDENTITAS FUJOSHI DALAM MEMUNCULKAN IDENTITAS MELALUI INSTAGRAM DI KELURAHAN SUKAJADI KOTA DUMAI. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(7), 3414–3430.
- Bungin, B. (2001). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Jafar, F. (2016). *Perilaku seksual kaum gay yang telah menikah di kota Yogyakarta*.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of human communication*. Waveland press.
- Manik, T. S., Riyanti, D., Murdiono, M., & Prasetyo, D. (2021). Eksistensi LGBT Di Indonesia dalam Kajian Perspektif HAM, Agama, dan Pancasila. *Jurnal Kewarganegaraan*, 18(2), 84.
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D. (1994). *Essentials of marketing: A global managerial approach*. (No Title).
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion--Our social skin*. University of Chicago Press.
- Rahayu, T. E., & Hero, E. (2021). Konstruksi Identitas Sosial “Muslimah Motivations Riau” Dalam Gerakan Hijrah Melalui Instagram. *Medium*, 9(2), 185–200.
- Rasnika, W., & Quroatun’Uyun, Z. (2022). Pola Penyebaran Konten Homoseksual melalui Media Sosial Wattpad (Studi Kasus Fujoshi di Indonesia). *KINEMA: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran*, 1(1), 1–16.
- Sheva, V. N., & Roosiani, I. (2022). Pengaruh Genre Boys Love pada Komunitas Fujoshi di Indonesia. *IDEA: Jurnal Studi Jepang*, 4(1), 52–59.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono. In *Bandung: Alfabeta* (Vol. 15, Issue 2010).