

# Fujoshi Ala Indonesia dalam Penciptaan Komik

**Yueni Andri Ani**

Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia  
yueniandriani@gmail.com

## **Abstrak**

Permasalahan *Fujoshi* bukan hal baru lagi, beberapa jurnal pendidikan banyak yang mengangkatnya sebagai pembahasan. Namun dari semua itu, belum ada hasil yang terlihat karena sebagian besar hanya berupa riset tanpa adanya upaya nyata. Dalam penciptaan desain komunikasi visual, dimana perlu dilakukan adanya riset, analisis, dan pemecahan masalah dalam bentuk nyata maka akan memungkinkan adanya hasil yang berbeda. Upaya dalam penciptaan ini akan menggunakan komik sebagai salah satu media yang paling dekat dengan target, untuk digunakan sebagai cara menyampaikan pesan tentang bagaimana perkembangan *fujoshi* di Indonesia, bagaimana media bermuatan *yaoi* ini berpengaruh pada para *fujoshi*, serta beberapa pemicu kenapa fenomena ini mudah sekali berkembang, juga akan dibahas dalam artikel ini.

**Kata kunci:** *desain, media, fujoshi, komik*

## **Abstract**

*Fujoshi's problem is not new anymore, some educational journals many of which raised it as a discussion. But all of that, there is no visible result because most of it is just research without any real effort. In the visual communication of designs, where need presence of research, analysis and problem solving in the real form it may be will allow for different results. Efforts in this creation will use comics as one of the media closest to the target, will used to convey the message of how the development of fujoshi in Indonesia, how the media charged yaoi affect the fujoshi, as well as some triggers why this phenomenon is easy to develop, also will discussed in this anticle.*

**Keywords:** *design, media, fujoshi, comic*

## **Pendahuluan**

Fenomena *fujoshi* pertama kali dikenal sekitar tahun 1970-an di Jepang saat komik *yaoi* pertama kali diproduksi. *Fujoshi* sendiri merupakan sebutan yang digunakan oleh masyarakat di negara Jepang untuk menyebut para wanita maupun gadis yang menyukai komik maupun novel yang berunsur *yaoi*. *Yaoi* adalah genre suatu bacaan maupun tontonan yang menampilkan hubungan romantis antar laki-laki, generasi millennial sering menyebutnya sebagai *bromance/boyslove/BL*.

Awalnya, media bermuatan *BL* ini berupa komik, yang dipelopori oleh komikus dari Jepang bernama Takemiya Keiko dan Hagio Moto. Karya *BL* ini ternyata mendapat

apresiasi cukup besar dari pembaca di negara Jepang. Dengan adanya minat yang cukup banyak ini pada tahun 1985, majalah *June* terbit dan menampung kreativitas para komikus dalam genre ini.

Dalam perkembangannya, komik *BL* ini kemudian memunculkan adanya *doujinshi*. *Doujinshi* adalah bentuk komik yang dibuat oleh para *fans* (penggemar) dengan menggunakan tokoh dari suatu karya komik yang mereka sukai dengan plot dan alur cerita yang biasanya berbeda dari karya asli.

*Doujinshi* inilah yang kemungkinan memunculkan adanya *fanfiction*, yaitu sebuah cerita pendek atau novel pendek yang hampir sama dengan *doujinshi*, *fanfiction* juga dibuat oleh penggemar sebagai bentuk apresiasi terhadap suatu karya, baik itu komik, animasi, maupun film.

Dulu, karya-karya seperti ini hanya bisa didistribusikan melalui acara *comiket* (*comic market*) yaitu sebuah acara tahunan di Jepang dimana para penggemar komik saling bertemu dan melakukan transaksi jual beli komik.

Namun, semenjak adanya kebebasan internet dan maraknya media sosial beberapa tahun terakhir, fenomena *fujoshi* ini makin berkembang tidak hanya di Jepang tapi juga ke beberapa belahan dunia lain seperti Amerika dan Eropa.

Media bermuatan *yaoi/BL*, kini tidak hanya berupa karya cetak tetapi juga beralih menjadi karya *online*. Perkembangan ini memberi dampak yang cukup besar pada kemudahan akses para *fujoshi* untuk bertemu dengan para *fujoshi* lain maupun berbagi karya *BL* tanpa ada batasan.

Perlahan namun pasti, perkembangan *fujoshi* ini ternyata juga terus berkembang mengikuti arus perkembangan media hiburan. Beberapa negara seperti Korea Selatan bahkan tidak hanya membiarkan fenomena ini ada, namun justru mendukung dan memanfaatkan fenomena ini. Industri hiburan di Korea Selatan bukannya menyensor atau mencegah perkembangan fenomena ini tapi justru menggunakan sedikit adegan romantisme antar laki-laki di dalam film maupun pertunjukan sebagai *service* kepada para penonton untuk membuat pertunjukan menjadi lebih menarik.

Di Indonesia sendiri, yang dikenal sebagai negara beradab, kenyataannya juga tidak terhindar dari fenomena ini. Perbedaannya, permasalahan ini ternyata masih belum terungkap dan menjadi perbincangan publik, meski keberadaan *fujoshi* di Indonesia sendiri tidaklah sedikit.

Dalam perkiraan, keberadaan *fujoshi* di Indonesia mulai terlihat sekitar tahun 2008, sebagai akibat dari munculnya internet dan maraknya media sosial di Indonesia pada masa-masa itu. Pada tahun 2014 dalam sebuah situs bernama [www.kaskus.co.id](http://www.kaskus.co.id), sebuah pembicaraan bertema “*Curhatan-curhatan para Fujoshi dan Fudashi*”, ditemukan fakta menarik yaitu adanya pengakuan dari seorang *fujoshi* yang menjadi penyuka sesama jenis, dan menjalin hubungan secara diam-diam dengan seorang wanita. Hal inilah yang memicu penulis untuk melakukan penelitian lebih mengenai fenomena ini.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode *design thinking*, dimana dalam metode ini penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan:

1. Tahapan pertama dalam metode *design thinking* adalah *Empathy*. Pada tahap ini observasi dilakukan menggunakan pendekatan secara langsung dengan menggunakan rasa empati dalam mengumpulkan data. Dalam tahap inilah informasi dikumpulkan menjadi satu, baik dari sisi objek maupun di luar objek. Pengumpulan data ini berupa data kualitatif dan atau kuantitatif.
2. Tahapan kedua adalah *Define*. Yaitu tahap dimana semua data yang diperoleh dari riset dan observasi di tahap *empathy* digunakan untuk menemukan fakta permasalahan.
3. Tahapan ketiga adalah *Ideate*. Di tahap *ideate*, ide-ide serta kreativitas akan digali dan digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada.
4. Tahapan yang keempat adalah *Prototype*. Pada tahap ini eksekusi atau tahap pembuatan desain dilakukan.
5. Dan yang terakhir adalah tahap *Test*. Tahap terakhir dimana sebuah desain diuji, apakah tujuan dari desain itu berhasil atau tidak. Pada tahapan ini hasil desain diaplikasikan ke dalam media yang telah dipilih.

## Hasil dan Pembahasan

Selama kurang lebih satu setengah bulan, melakukan pendekatan secara *empathy* pada beberapa narasumber di Yogyakarta dan Samarinda dengan cara bertemu langsung, *chatting* dengan narasumber, maupun dengan cara mengikuti akun pribadi mereka secara berkala. Beberapa narasumber tersebut adalah:

No	Nama narasumber	Usia	Domisili	Status	Keterangan
1	Nid-chan	22	Yogyakarta	Berpacaran	Sedang mencari pekerjaan
2	Septi	23	Yogyakarta	Berpacaran	Baru bekerja
3	Wisa	22	Samarinda	Jomblo	Baru lulus kuliah
4	Lya	23	Samarinda	Jomblo	Bekerja
5	Enes	21	Yogyakarta	Jomblo	Mahasiswi, ilustrator <i>yaoi</i>

Dari para narasumber tersebut didapat beberapa informasi tentang para *fujoshi* di Indonesia diantaranya:

Pertama adalah tentang sosok *fujoshi*. Sosok *fujoshi* Indonesia rata-rata adalah remaja dan wanita berusia 18 sampai 30 tahun (ada juga yang berusia lebih muda). Dimana kebanyakan dari mereka berprofesi sebagai pelajar, mahasiswi, maupun pekerja. Aktif dalam media sosial dan mayoritas memiliki pengalaman bergabung dengan komunitas penggemar seperti: *Otaku*, *K-Pop*, *Wota* dan lain-lain.

Perbedaan antara *fujoshi* dan *fanslover* tidaklah terlalu terlihat, kecuali fakta bahwa para *fujoshi* lebih tertarik dengan hal-hal berunsur percintaan antara laki-laki. Namun tidak menutup kemungkinan mereka juga menyukai hubungan percintaan yang

normal. Hal yang paling terlihat dari para *fujoshi* adalah tingkat imajinasi dan fantasi mereka yang agak berbeda. Menurut para *fujoshi*, mereka merasa lebih *greget* dan terbawa emosi saat membaca sebuah kisah percintaan abnormal (antara laki-laki) dari pada kisah *mainstream* (kisah percintaan normal laki-laki dan perempuan).

Penemuan lain yang didapat dari penelitian tersebut adalah ditemukannya beberapa alamat surel yang banyak dikunjungi oleh para *fujoshi* Indonesia diantaranya: untuk komik yaitu *myreadingmanga.com* dan *nhentai.net*, untuk *fanfiction* yaitu *www.fanfiction.net*, *www.asiafanfic.com*, dan *archiveofourown.org*, sementara untuk animasi maupun film ternyata tidaklah terlalu banyak.

Selain itu untuk media sosial seperti *Instagram*, *tumblr* dan *Facebook* sering digunakan para *fujoshi* untuk berkomunikasi maupun berbagi bacaan *BL* ke sesama *fujoshi* lain. Di dalam bacaan *BL* tersebut terdapat beberapa *rating* untuk menentukan tingkatan atau jenis bacaan. Diantaranya ada *rating T (Teenager)* yang biasanya dikhususkan untuk cerita kisah cinta remaja hingga *rating M (Mature)*. *Rating M* ini sering juga dikenal dengan istilah *Lime/lemon* dimana dalam *rating* ini kebanyakan berisi konten dewasa yang memperlihatkan unsur seks, kekerasan, dan hal-hal dewasa lainnya. Dalam bacaan dan karya *BL* ini para *fujoshi* membiarkan diri mereka berfantasi dan mempercayai bahwa laki-laki juga bisa hamil dan melahirkan anak, atau mereka biasa menyebutnya sebagai *Mpreg (male pregnancy)*.

Alasan kenapa fenomena *fujoshi* mudah berkembang di Indonesia adalah karena metode penyebarannya dan begitu mudah. Beberapa *fujoshi* ini mengaku menyukai bacaan *BL* karena tidak sengaja menemukan sebuah ilustrasi atau kalimat berunsur *yaoi* dari suatu situs, karena penasaran mereka mulai mencari tahu. Saat mencari tahu inilah terkadang timbul rasa penarasan lebih. Yang kedua, beberapa dari mereka menjadi *fujoshi* karena awalnya disodori (*diming-imingi*) oleh teman di lingkungan pergaulan. Setelah itu hampir semua narasumber mengatakan bahwa awalnya mereka merasa risi dengan hal tersebut (*BL*) namun dari situ justru timbul rasa penasaran yang terus terbawa sampai akhirnya mereka sudah ketagihan dengan bacaan *BL*.

Perkembangan seorang *fujoshi* ini dimulai secara bertahap. Seorang *fujoshi newbie* biasanya adalah mereka yang baru mulai mencoba-coba. Kebanyakan pemula ini memiliki rasa ingin tahu yang tinggi. Para pemula ini ada yang bersifat ragu-ragu lalu memilih berhenti begitu saja atau ada yang penasaran dan terus. Mereka yang terus penasaran inilah yang kemudian menjadi *fujoshi* aktif.

*Fujoshi* aktif ini biasanya sudah membaca semua *rating* dan memiliki ketertarikan pada *rating* tertentu. Mereka adalah pemilih yang selalu menunggu *update* terbaru. Beberapa yang sudah berpengalaman lama dan memiliki kemampuan akan mulai membuat karya *doujinshi* maupun *fanfiction* mereka sendiri dan diunggah melalui situs di internet untuk dibagikan kepada sesama *fujoshi*. Bisa sebagai bentuk kepuasan pribadi, atau untuk menambah penghasilan tambahan. Dari karya-karya tersebutlah ide tentang sosok ideal, maupun perasaan sepeham dengan *author* membuat benak wanita normal menerima pemikiran mereka dan mulai menjadi *fujoshi*.

Alasan yang sebenarnya ada meski kadang tidak mau diterima oleh para *fujoshi* adalah karena mereka ingin lari dari kenyataan dan terlalu berfantasi tentang sesuatu. Mereka menginginkan sesuatu tetapi logika mereka mengatakan itu tidak mungkin

terjadi. Alih-alih berusaha, mereka memilih alternatif lain. Sebagai contoh: seorang *fujoshi* menyukai satu karakter tertentu (laki-laki), dia sangat menyukai karakter itu dan tidak rela karakter itu bersama karakter lain (wanita) biarlah dia (karakter itu) bersama laki-laki lain saja. Bagi para *fujoshi* ini lebih pantas dalam pandangan mereka. Di sini jelas terdapat penyangkalan besar dalam diri mereka. Upaya mereka untuk lari dan terus mencari sesuatu penyangkalan yang tidak biasa, bisa mengakibatkan efek yang lebih serius seperti berdampak pada psikologis mereka yang memungkinkan adanya penyimpangan seksual terjadi. Pelarian diri yang terus-menerus inilah yang mungkin menjadi alasan kenapa ada *fujoshi* yang menjadi penyuka sesama jenis. Meskipun pasti ada penyebab yang lain, yang jauh lebih kuat. Penerimaan diri ini mungkin menjadi salah satu penyebabnya.

Dalam sebuah artikel yang ditulis oleh Mark J. McLelland (2000) yang berjudul “*The Love Between ‘Beautiful Boys’ in Japanese Women’s Comics*”, yang diterbitkan dalam *Journal of Gender Studies, volume 9 nomor 1*. Di dalam artikelnya yang mengangkat isu mengenai stigma perempuan dalam masyarakat Jepang. Perempuan Jepang yang tertekan oleh sistem patriarki yang lebih dominan di dalam masyarakat, dimana konteks seksualitas perempuan Jepang terbagi ke dalam dua kategori, sebagai istri yang melahirkan keturunan dan perempuan komoditas industri seks. Stigma inilah yang mengakibatkan terbentuknya resistensi mereka menjadi penggemar komik *yaoi/BL*. [Putri: 2012: 175]

Bisa jadi, keberadaan *fujoshi* di Indonesia juga terjadi karena hal tersebut. Tidak perlu disangkal meski emansipasi perempuan masih digembor-gemborkan, kenyataannya perempuan masih saja dianggap kurang layak atau dianggap sesuatu di masyarakat. Kekerasan terhadap perempuan masih berlangsung dan meski perempuan terpilih menjadi pemimpin atau mendapat tanggung jawab, masih ada keraguan di dalam masyarakat, bukan tentang kinerjanya tetapi karena dia perempuan. Hal seperti ini yang mungkin memicu timbulnya pemberontakan dalam diri yang menyebabkan mereka menjadi *fujoshi*.

Alasan lain yang menjadikan *fujoshi* ini mudah berkembang di Indonesia adalah akibat dari dampak akses internet yang makin mudah dan bebas, kurangnya pengawasan baik dari penanggung jawab media tersebut maupun pada orangtua, para pengatur industri hiburan yang terlalu memikirkan keuntungan tanpa mempertimbangkan dampak tayangan mereka pada penonton mereka serta masih banyak lagi.

Dalam penciptaan karya kali ini, ide dan konsep yang digunakan berupa sebuah cara untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat tentang keberadaan *fujoshi* di Indonesia beserta dampaknya. Dengan tujuan agar masyarakat mengerti dan bisa memutuskan sendiri bagaimana harus menyikapinya.

Dalam prosesnya untuk mendapat hasil yang diinginkan perlu dilakukan tahap seleksi pemilihan media. Pertimbangan-pertimbangan ini dilakukan melalui perhitungan beberapa alternatif media yang berada di sekitar target (target di sini adalah masyarakat awam yang kemungkinan bisa menjadi seorang *fujoshi* maupun yang sudah menjadi *fujoshi* sendiri dengan rentang usia di bawah 30 tahun). Media tersebut di antaranya adalah *Fanfic*, komik, animasi, dan film dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. *Fanfic*

Persentase banyak dibaca, tetapi bukan media yang bisa diterapkan melalui desain komunikasi visual.

2. Komik

Persentase cukup banyak, dan bisa dikomunikasikan secara visual.

3. Animasi

Persentase kurang, dan memerlukan banyak waktu dan tenaga.

4. Video pendek

Persentase kurang, dan memerlukan banyak waktu dan kru.

Maka dipilihlah komik sebagai media utama yang dirasa paling tepat untuk menyampaikan pesan ini. Dan karena para *fujoshi* di Indonesia banyak berkembang di dunia maya maka komik ini akan diaplikasikan di sana.

Salah satu surel yang cukup terkenal saat ini di kalangan remaja adalah *Webtoon*. *Webtoon* adalah sebuah *platform* penerbitan digital. Sebuah konten komik berbasis web atau *webcomic* yang dibuat oleh perusahaan dari Korea Selatan, dengan bentuk komik yang dapat dibaca dalam satu skrip panjang dalam satu halaman website dan penuh warna.

Setelah meluncurnya *Line Webtoon* di Indonesia pada tahun 2015 dengan menggandeng beberapa komikus muda Indonesia yang cukup memiliki nama, kini website tersebut telah menjadi alternatif yang menjanjikan bagi para komikus lokal yang ingin menerbitkan bukunya namun tidak memiliki kesempatan di perusahaan penerbit.

*Line Webtoon* membuat *event* sejak peluncurannya berupa *Webtoon Challenge* yang dibuka setiap hari sampai sekarang, dimana komikus bisa memasukkan (*submit*) komik mereka secara gratis di *platform* mereka dan mendapatkan pembaca serta penggemar. Jika beruntung, karya yang memiliki banyak peminat ini akan mendapatkan kontrak dari pihak *Webtoon* dan mendapatkan *fee*. Cara ini dianggap jauh lebih pasti dan menjanjikan bagi para komikus, sehingga membuat situs ini memiliki banyak pengunjung yang tidak hanya di Indonesia tapi juga negara-negara lain.

Sistem dari penyampaian pesan ini akan menggunakan komik yang akan diunggah di situs *Webtoon* yang kemudian didukung dengan media pendukung berupa *Instagram* dan *tumblr*. Sedangkan konsep dari jalan cerita komiknya sendiri akan disampaikan dengan cara yang tidak kaku, menggunakan sedikit unsur humor dan *romance* dengan jalan cerita seputar anak sekolah atau mahasiswa. Konsep ceritanya sendiri akan diambil dari kehidupan para *fujoshi* yang sebenarnya, yang diolah menjadi sebuah cerita menarik di dalam media komik. Bentuk komik ini akan dibuat dengan cara berseri yang berjumlah lima seri. Di satu seri cerita akan selesai dalam 5 sampai 10 halaman. Sistem ini sengaja dipakai agar bisa diunggah secara berkala.

Dengan sistem ini dipercaya lebih memungkinkan para target untuk mengingatnya. Waktu pengunggahan sendiri dilakukan di waktu-waktu santai, dimana para *fujoshi* maupun calon *fujoshi* biasa menggunakan waktu tersebut untuk menikmati media bermuatan *BL*.

## Kesimpulan

Generasi saat ini selain tergantung pada teknologi tetapi juga generasi yang mudah terpengaruhi. Jika tidak hati-hati, beberapa dampak buruk dari apa yang mereka lihat maupun baca akan mempengaruhi mereka, termasuk pengaruh buruk di sini seperti keberadaan fenomena *fujoshi* ini sendiri.

Perkembangan *fujoshi* yang telah berkembang pesat di dunia bahkan Indonesia, ternyata masih belum dikenal oleh masyarakat. Ini bisa jadi karena ketidakpedulian masyarakat yang semakin apatis. Masyarakat modern sekarang lebih suka memilih tidak turut campur atau angkat tangan dengan permasalahan yang ada. Karena toh ada permasalahan yang lebih besar dan telah ada pihak yang bertugas mengurusnya.

Pada kenyataannya masing-masing dari kita memiliki peran dalam perubahan tersebut. Keberadaan *fujoshi* yang bukan lagi hal yang tabu, seperti tidak tabunya penyimpangan sosial maupun penyimpangan seksual, namun permasalahan moral dan norma seperti ini masih perlu adanya upaya untuk mengatasinya sebelum menjadi masalah yang lebih besar.

Lingkungan sosial, kebebasan internet, dan media hiburan yang begitu bebas memiliki dampak buruk pada perkembangan seseorang, terutama bagi seorang anak atau remaja. Seperti yang dikemukakan oleh Septia Wulandari dalam jurnalnya yang berjudul “*Fujoshi* Remaja dan Kenikmatan Bermedia *Yaoi* tentang Studi Kasus pada Remaja Putri Penggemar Fiksi Romantis Homoerotis Jepang” mengatakan bahwa suatu situasi ekonomi, gaya hidup maupun mobilitas yang dikaitkan dalam satu lingkup sosial lingkungan ini bisa menjadi penyebab para perempuan ini menjadi seorang *fujoshi*. Lingkungan tempat tinggal atau lingkungan tempat beraktivitas yang banyak dipenuhi oleh *fujoshi* akan mempengaruhi seseorang menjadi *fujoshi*. (Wulandari: 17)

Sifat masyarakat yang kurang peduli dengan sekeliling, juga menjadi pemicu kenapa *fujoshi* makin berkembang pesat. Seperti yang dikemukakan dalam buku psikologi perkembangan oleh Dr. Sumanto M.A. tahapan pengembangan di masa remaja banyak muncul terjadinya kebingungan identitas. Pada masa pengembangan identitas seorang remaja harusnya mendapat perhatian yang cukup serius. Masa dimana para remaja ini suka mencoba-coba adalah masa yang rawan bagi mereka. (Sumanto: 85-86)

Komunikasi dalam keluarga terutama orangtua memiliki pengaruh besar di masa-masa ini. Sekarang banyak orangtua yang terlalu sibuk hingga lalai, bahkan untuk berbagi pendapat, untuk memberi pemahaman tentang seks dan pergaulan bebas saja mereka masih merasa tabu. Padahal anak remaja yang tidak puas dengan informasi yang mereka dapatkan di keluarga akan beralih mencari informasi dari dunia luar, dimana pergaulan bebas ada. Dan tidak bisa disalahkan jika pada akhirnya mereka menjadi terkena dampak dari dunia luar. Seperti menjadi seorang *fujoshi*.

Dan terakhir dan paling banyak memberi dampak, adalah dunia hiburan. Jika dulu hiburan hanya bisa dinikmati melalui televisi atau radio, sekarang dengan adanya kebebasan internet, hiburan menjadi bisa dinikmati kapan saja dan dimana saja. Dengan keberadaannya dimana sekarang hampir setiap orang memiliki media sosial di telepon genggamnya.

Dalam artikel sebelumnya yang lain ditulis oleh Christina Andika Setyanti tentang studi sosial media yang paling buruk untuk kesehatan mental, mengatakan bahwa dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh *The Royal Society for Public Health* (RSPH) dan *Charity Young Health Movement* di Inggris, terhadap 1.500 anak muda dengan usia antara 14 sampai 24 tahun selama bulan pertama tahun 2017, ini menunjukkan *Instagram* menjadi aplikasi yang paling merusak kesehatan mental. Kerusakan mental di sini memicu pada ketergantungan dengan apa yang mereka minati seperti *game online*, *shopping*, bahkan seksualitas seperti *fujoshi* ini yang berimbas pada psikologi seseorang.

Dunia hiburan yang makin tidak memiliki batasan dan hanya mementingkan keuntungan daripada pesan yang disampaikan menjadi pemicu perkembangan fenomena yang tidak terkendali. Pengaruh budaya luar yang buruk, makin berkembang tidak sejalan dengan manfaat yang disajikan. Para pekerja dunia hiburan dan pengguna media sosial perlu melakukan pembenahan diri karena bagaimanapun mereka juga memiliki peran dalam memberi *mindset* pada penonton, pembaca maupun masyarakat luas.

## **Kepustakaan**

### **Artikel Jurnal**

Dewi, Putri Andam. 2012 “Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia”.

*Jurnal LINGUA CULTURA*, Vol.6 No.2: 173-182

Tanaka, Hiromi dan Saori Ishida. 2015. “Enjoying Manga as Fujoshi: Exploring it’s

Innovation”. *International Journal of Behavioural Science*, Vol 10, Issue 1: 77-85

### **Buku**

Beauvoir, Simone de. 2016. *Second Sex: Kehidupan perempuan*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.

Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.

M.A, Dr. Sumanto. 2014. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: PT. Buku Seru.

McCould, Schoot. 2006. *Making comic story telling secret of comic, manga and graphic novel*. United States of America: Harper Collins Publishers.

### **Skripsi**

Dewi, Karlina Tamara. 2014. *Gambaran Perilaku Seksual Fujoshi Usia Remaja*”.

[*Skripsi*] Psikologi: Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana.

### **Situs Web**

Aoi, Astia. (2015) *Pengertian Yaoi, Seme/ Uke, dan Doujinshi*. Didapat dari

<http://fujodanshiworld.blogspot.co.id/>

- Annisalcha576.( 2017) Dunia Yaoi. Didapat dari: <http://my.w.tt/UiNb/4yhCJn4EG>
- Christina Andika Setyati (2017) Studi: Sosial Media yang Paling Buruk untuk Kesehatan Mental  
Didapat dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170530100419-255-218160/studi-sosial-media-yang-paling-buruk-untuk-kesehatan-mental/>
- Fletcher, James (2015) Komik seks anak di Jepang, dicintai dan dibenci.  
Didapat dari:  
[http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2015/01/150107\\_majalahlain\\_manga\\_jepang](http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2015/01/150107_majalahlain_manga_jepang)
- Guhmanaff. (2015) [Kisah] Fujoshi dan Fudashi Bandung. Didapat dari  
<http://www.suarakita.org/2015/03/kisah-fujoshi-dan-fudashi-bandung/>
- Komunitas Otaku Indonesia, (2015) “Apa itu Fujoshi?” Didapat dari: [http://forum-animeindo.com/koi/index.php?threads/apa-itu-fujoshi-istilah-di-anime-manga.22/](http://forum-animeindo.com/koi/index.php?threads/apa-itu-fujoshi-istilah-di-anime-manga.22/MUSICL0V3R.(2014).Curhatan%20para%20Fujoshi%20&%20Fudashi.%20Dalam%20pembicaraan%20fujoshi%20dan%20Fudashi.%20Didapat%20dari:%20https://www.kaskus.co.id/thread/52e4bc171bcb1709688b46cb/curhatan-para-fujoshi-amp-fudashi/)
- MUSICL0V3R.(2014).Curhatan para Fujoshi & Fudashi. Dalam pembicaraan fujoshi dan Fudashi. Didapat dari:  
<https://www.kaskus.co.id/thread/52e4bc171bcb1709688b46cb/curhatan-para-fujoshi-amp-fudashi/>
- Signum. (2014). 20Fujoshi Ditangkap di China Karena Telah Membuat Fan Fiction Homoerotis. Dalam larangan china terhadap fujoshi.  
Didapat dari <http://jurnalotaku.com/2014/04/27/20-fujoshi-ditangkap-di-dhina-karena-telah-membuat-fan-fiction-homoerotis/>
- Winduwati, Septia. (2015) Fujoshi remaja dan kenikmatan bermedia yaoi (Studi kasus pada remaja putri penggemar fiksi romantis homoerotis Jepang) [penelitian]: ilmu komunikasi, universitas taruma negara. Dalam lingkungan yang mempengaruhi *fujoshi*. Didapat dari: <http://repository.untar.ac.id>
- Wikipedia. (2016). Efek Media. Didapat dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Efek\\_media](https://id.wikipedia.org/wiki/Efek_media)
- Wikipedia. (2017) “Fujoshi” Didapat dari: <https://id.wikipedia.org/wiki/Fujoshi>
- Wikipedia. (2017). 9 teori dampak media. Didapat dari  
[https://id.wikipedia.org/wiki/9\\_Teori\\_Dampak\\_Media#Teori\\_Dampak\\_Media\\_dan\\_Interaksi\\_Manusia\\_dengan\\_Komputer](https://id.wikipedia.org/wiki/9_Teori_Dampak_Media#Teori_Dampak_Media_dan_Interaksi_Manusia_dengan_Komputer)
- Women Movement Institute. (2015 ) Teori- teori feminisme. Didapat dari:  
[https://web.facebook.com/WomenMovement.Institute/posts/1690981821119745?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/WomenMovement.Institute/posts/1690981821119745?_rdc=1&_rdr)

