

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang disusun oleh penulis merupakan penelitian yang berasal dari pengembangan penelitian-penelitian sejenis yang sudah dilakukan lebih dahulu. Pengambilan referensi jurnal-jurnal ini didasari oleh beberapa kesamaan penelitian yang dilihat oleh peneliti. Pada studi literatur ini, jurnal-jurnal terkait memiliki beberapa kesamaan dalam penelitian yang mengangkat dan membahas isu yang serupa mengenai penerimaan perempuan heteroseksual terhadap homoseksual, pemaknaan budaya populer Thailand yang sedang menjamur diberbagai negara yaitu drama *Boys Love*, dan ketertarikan perempuan terhadap drama bergenre *Boys Love*. Oleh karena itu, Penelitian ini ditulis dalam rangka melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dengan fokus untuk mengetahui alasan atau faktor-faktor yang menyebabkan perempuan memiliki minat. Untuk menonton drama *Boys Love* Thailand “*Bad Buddy Series*”.

Terkait penelitian ini, peneliti berhasil menemukan tiga jurnal terdahulu yang menjadi bahan referensi. Meskipun ketiganya memiliki keseluruhan fokus pembahasan yang berbeda, namun terdapat kesamaan dimana ketiganya memiliki pembahasan mengenai persepsi perempuan heteroseksual terhadap isu homoseksualitas dalam drama bergenre *Boys Love* tersebut. Ketiga jurnal tersebut juga memiliki kesamaan lainnya yaitu menjelaskan mengenai salah satu fenomena budaya populer yang berada di Thailand yaitu drama dan film bergenre *Boys Love* yang mulai menyebar ke hampir seluruh dunia sebagaimana akibat dari mudahnya akses informasi dan hiburan melalui media berbasis internet. Ketiganya juga menggunakan pendekatan kualitatif untuk (Sianturi & Junaidi, 2021; Azuraa, 2019; Gusri, Arif, & Dewi, 2020) untuk mendapatkan data yang bersifat deskriptif secara rinci sesuai dengan data dan fakta di lapangan dengan metode wawancara, observasi, dan interaksi langsung dengan objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara

kepada perempuan heteroseksual penggemar drama “*Bad Buddy Series*” untuk mendapatkan data penelitian.

Dilihat berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitiannya, ketiga jurnal tersebut memiliki fokus untuk melihat persepsi perempuan heteroseksual penonton drama *Boys Love* terhadap homoseksualitas dan konstruksi identitas gender yang memiliki konektivitas dengan fokus penelitian ini yang ingin mengetahui alasan para perempuan tersebut menyukai drama *Boys Love* “*Bad Buddy Series*”. Ketiga jurnal terdahulu yang ditemukan peneliti memiliki keunikan masing-masing dilihat dari fokus penelitiannya. Jurnal terdahulu tersebut berfokus pada konstruksi identitas gender *fujoshi* (Gusri, Arif, & Dewi, 2020), persepsi *Boys Love Ship* terhadap homoseksualita (Sianturi & Junaidi, 2021) dan satu jurnal lainnya berfokus pada komunikasi para penonton drama *Boys Love* di Indonesia dalam komunitas (Azuraa, 2019).

Dilihat berdasarkan teori dan konsep yang digunakan dalam ketiga penelitian terdahulu tersebut, ketiganya menggunakan konsep *Fandom* (Sianturi & Junaidi, 2021; Azuraa, 2019; Gusri, Arif, & Dewi, 2020). Ketiganya juga menggunakan teori dan konsep lainnya yang digunakan sebagai pendukung dalam penelitian tersebut seperti konsep *Boys Love* (Gusri, Arif, & Dewi, 2020; Azuraa, 2019), Homoseksual (Sianturi & Junaidi, 2021; Azura, 2019), Teori Identitas Gender (Gusri, Arif, & Dewi, 2020), konsep LGBT dalam Agama dan HAM, teori budaya populer, konsep *Shipping*, dan konsep Persepsi (Azura, 2019). Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan teori media baru dan minat dengan konsep pendukung seperti konsep *Boys Love* untuk mendukung tujuan penelitian ini dalam melengkapi penelitian-penelitian terdahulu.

Hasil yang ditemukan dalam penelitian-penelitian terdahulu tersebut menunjukkan bahwa identitas gender dari para *fujoshi* terbentuk melalui tiga lapisan yaitu *personal layer*, *enactment layer* dan *communal layer* *Fujoshi* biasanya tertutup terhadap identitas barunya kepada orang lain dan hanya menggunakan akun lain untuk mengekspresikan kegemaraannya. Dalam media sosial, para *fujoshi* membentuk kelompok (*fandom*) untuk menunjukkan eksistensi mereka dan saling berbagi informasi. Melalui media sosial juga para *fujoshi*

sedang berusaha membangun identitas baru mereka dan berusaha memainkan peran ganda dalam kehidupan sehari-hari mereka (Latifah, Arif, & Dewi, 2021), hasil lainnya menunjukkan bahwa anggota komunitas grup penggemar kisah *Boys Love* dapat berkomunikasi aktif di dalam grup dengan mayoritas tidak mengungkapkan identitas aslinya atau dengan kata lain menggunakan nama samaran karena Indonesia belum melegalkan kisah seputar LGBT meskipun sebenarnya kisah romansa *Boys Love* ini sebenarnya sama dengan kisah romansa laki-laki dan perempuan pada umumnya dan hanya berbeda pada pemerannya yang merupakan sepasang laki-laki (Azuraa, 2019). Di sisi lain, hasil penelitian menemukan bahwa terdapat berbagai faktor yang mendukung persepsi individu seperti latar belakang budaya, kepercayaan secara religius, dan nilai-nilai dari sekitar maupun pribadi individu yang turut mengambil peran dalam proses pembentukan persepsi individu atas homoseksualitas. Namun, tak semua penonton drama *Boys Love* tersebut mendukung LGBT khususnya homoseksual. Beberapa dari mereka hanya menjadikan genre tersebut sebagai sarana hiburan saja (Sianturi & Junaidi, 2021).

Dalam jurnal-jurnal penelitian terdahulu, peneliti menemukan persamaan terhadap penelitian yang peneliti lakukan yaitu permasalahan penelitian yang membahas mengenai fenomena drama atau film bergenre *Boys Love* yang banyak dikonsumsi oleh perempuan di Indonesia. Sedangkan untuk perbedaan jelas dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada alasan atau faktor-faktor yang membuat perempuan heteroseksual di Indonesia menerima dan menggemari drama "*Bad Buddy Series*" sedangkan penelitian terdahulu lebih berfokus pada konstruksi identitas gender perempuan (*fujoshi*) (Venturini, Lubis & Oxycygentri, 2021), sisi komunikasi komunitas penggemar drama *Boys Love* (Azura, 2019) dan persepsi perempuan heteroseksual terhadap homoseksual (Sianturi & Junaidi, 2021).

Penelitian mengenai ketertarikan minat perempuan untuk menonton kisah-kisah romansa bergenre *Boys Love* masih jarang ditemukan terlebih dalam sebuah drama Thailand. Drama "*Bad Buddy Series*" merupakan drama *Boys Love* yang

sangat *booming* di kalangan perempuan (*fujoshi*) pada akhir tahun 2021 hingga awal tahun 2022. Drama produksi GMMTV yang dirilis di *Official Youtube Channel* GMMTVOfficial tersebut memiliki banyak penggemar baik di negara asalnya Thailand maupun di Indonesia. Selain itu drama tersebut berhasil memenangkan penghargaan di *Maya Entertain Awards 2022* pada kategori *Best Y Series*. Dengan demikian, hal tersebut merupakan hal menarik yang ingin peneliti teliti untuk melengkapi penelitian terdahulu untuk menjadi kebaruan penelitian.

Pemetaan literatur penelitian-penelitian terlebih dahulu pada tabel dibawah ini diharapkan dapat membantu pemahaman setiap penelitian dengan lebih jelas dan detail.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Masalah Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori & Konsep	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Kesimpulan
1.	Konstruksi Identitas Gender Pada Budaya Populer Jepang (Analisis Etnografi Virtual Fenomena Fujoshi Pada Media Sosial)	Latifah Gusri, Ernita Arif, Rahmi Surya Dewi	Akses terhadap konten <i>Boys Love</i> semakin mudah dengan adanya perkembangan teknologi digital. Identitas sebagai fujoshi dianggap sesuatu yang menyimpang dimasyarakatkarena perilaku homoseksual bukan merupakan konstruksi sosial yang dominan yang ada di masyarakat. Sehingga keberadaan fujoshi dianggap aneh dan mengganggu keharmonisan dalam kehidupan dominan. Banyak <i>fujoshi</i> tidak terang-terangan menunjukkan identitasnya didunia nyata karena keberadaannya tidak diterima dan bahkan dikucilkan.	mengkaji bagaimana konstruksi identitas gender yang terbangun pada penggemar yaoi di media sosial dengan menggunakan teori komunikasi tentang gender dari Michael Hecht	<ul style="list-style-type: none"> • Teori Gender Identity • Konsep <i>Boys Love</i> • <i>Fujoshi</i> • <i>Fandom</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitatif • Analisis Etnografi Virtual • Wawancara 	identitas gender dari para fujoshi terbentuk melalui tiga lapisan yaitu personal layer, enactment layer dan communal layer. Fujoshi biasanya tertutup terhadap identitas barunya kepada orang lain dan hanya menggunakan akun lain untuk mengekspresikan kegemarannya. Dalam media sosial, para <i>fujoshi</i> membentuk kelompok (<i>fandom</i>) untuk menunjukkan eksistensi mereka dan saling berbagi informasi. Melalui media	Para fujoshi cenderung memiliki identitas ganda dalam kehidupan mereka. Para fujoshi lebih berani menunjukkan identitas mengenai kegemaran mereka terhadap <i>Boys Love</i> di media sosial. Meskipun orientasi seksual dari fujoshi tidak berubah, kegemaran menikmati konten budaya populer bergenre yaoi sedikit banyak akan memengaruhi pandangan mereka terhadap LGBT.

							<p>sosial juga para fujoshi sedang berusaha membangun identitas baru mereka dan berusaha memainkan peran ganda dalam kehidupan sehari-hari mereka.</p>	
2.	Boy With Love (Komunikasi Pecinta Film Boys Love)	Widya Azura, 2019	<p>Kehadiran drama <i>Boys Love</i> menyatukan para penikmatnya melalui grup di media sosial yang sulit dideteksi keberadaannya dan sebagian menggunakan nama palsu agar tidak diketahui publik karena merasa malu dan Indonesia belum melegalkan segala kegiatan yang berbau LGBT.</p>	<p>Meneliti bagaimana kaum LGBT dan pecinta genre <i>Boys Love</i> berkomunikasi melalui komunitas film <i>Boys Love</i>.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Homoseksual • Konsep LGBT dalam Agama dan HAM • <i>Boys Love</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Deskriptif kualitatif • Pengamatan dan interaksi langsung pada objek yang diteliti 	<p>Sebagian besar anggota pecinta Boys Love tidak menunjukkan identitas asli (menggunakan akun nama samara). Mereka beranggapan bahwa Boys In Love melalui drama Boys Love bukanlah pornografi namun layaknya</p>	<p>Penelitian ini menyatakan, komunitas pecinta Film boyslove menjadi wadah bagi mereka untuk berkomunikasi dengan lebih aktif mengenai hal yang mereka sukai (drama <i>Boys Love</i>), dan membuka</p>

						<p>film bergendre drama biasa dengan pemeran yang berbeda dari biasanya yaitu laki-laki dengan laki-laki. Homoseksual tidak selalu identic dengan laki-laki yang berdandan seperti Wanita namun faktanya banyak laki-laki yang tampak seperti laki-laki pada umumnya merupakan bagian dari gay. LGBT dilarang dalam Al-quran namun para anggota pecinta Boys Love beranggapan bahwa mereka memiliki HAM untuk berpendapat.</p>	<p>diri. Film Boylove sendiri bukanlah film dengan rated xxx, film biasa berkisah tentang kisah cinta biasa, layakny a drama tapi bedanya karena tokoh utamanya antara lelaki dengan lelaki.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

3.	Persepsi Penggemar Pasangan Boys Love (BL Ship) terhadap homoseksualitas	Sintya Frank Sianturi, Ahmad Junaidi, 2021	Beberapa tahun terakhir Thailand gencar memproduksi drama serial dan film bergenre <i>Boys Love</i> hingga menyebabkan fenomena penggemar pasangan Thai <i>Boys Love (BL Ship)</i> di Indonesia.	Melihat bagaimana persepsi penggemar BL <i>Ship</i> di Indonesia terhadap homoseksualitas.	<ul style="list-style-type: none"> • Budaya populer • Fandom • Shipping • Persepsi • Homoseksual 	<ul style="list-style-type: none"> • Studi kasus • Wawancara • Observasi • Dokumentasi 	Penggemar pasangan BL memandang homoseksualitas sebagai hubungan atau ketertarikan secara emosional dan seksual terhadap individu berjenis kelamin sama. Latar belakang budaya dan agama yang menentang perilaku homoseksual mempengaruhi persepsi individu terhadap homoseksualitas. Namun, hal itu tidak lantas membuat mereka berhenti menyukai serial BL. Menyenangi cerita atau pasangan BL bukan berarti	Terdapat faktor personal dan situasional yang mempengaruhi persepsi individu terhadap homoseksualitas. Latar belakang budaya, kepercayaan secara religius, dan nilai-nilai dari sekitar maupun pribadi individu turut mengambil peran dalam proses pembentukan persepsi individu atas homoseksualitas.
----	--	--	--	--	---	--	--	--

								<p>penggemar mendukung sepenuhnya homoseksualitas. Terdapat pro-kontra yang berasal dari latar belakang budaya, agama yang dianut informan, serta pemikiran atau pendapat pribadi mereka yang merasa bahwa preferensi seksualitas merupakan hak setiap orang dan merupakan urusan dengan 'Tuhan' masing-masing</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu
 Sumber : Olahan Peneliti, 2022

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

Dalam penelitian ini, teori dan konsep yang digunakan akan menjadi dasar dalam melakukan penelitian. Penelitian ini akan menggunakan dua teori yaitu Minat dan Media Baru. Hal ini selaras dengan penggunaan *platform online* sebagai media untuk menonton. Selain teori utama tersebut, beberapa konsep juga digunakan dalam penelitian ini yaitu *Boys Love* terlebih dikarenakan objek penelitian yaitu drama *Boys Love* yang diproduksi oleh negara Thailand dan menceritakan mengenai kisah romansa sepasang laki-laki homoseksual.

Teori dan konsep yang dipilih digunakan untuk menjabarkan fenomena yang akan diteliti. Berikut adalah penjelasan mengenai teori dan konsep yang dipakai sebagai dasar dari penelitian ini:

2.2.1 Teori Minat

Film-film maupun drama yang sukses dipasaran memiliki daya tariknya masing-masing yang menyebabkan para penontonnya memiliki minat untuk menggemari film atau drama tersebut hingga rela menontonnya berulang kali atau menunggu episode tiap minggunya agar tidak ketinggalan.

J.P. Chaplin (2009) dalam Kamus Psikologi menjelaskan bahwa minat adalah suatu sikap yang berlangsung terus menerus yang mampu membuat pola perhatian seseorang sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya (Kemendikbud, 2016, p. 12). Menurut Abdul Rahman Shaleh dalam buku *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (2021), menjelaskan bahwa minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang atau gembira. Sedangkan menurut Parnawi (2019, p. 73) mengemukakan minat adalah sebuah kecenderungan yang dalam pelaksanaannya dilakukan secara menetap dengan tujuan untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Dalam Kbbi (2016), minat diartikan sebagai (*n*) kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; keinginan. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa minat ialah sikap kemauan, keinginan yang timbul sehingga seseorang mencurahkan perhatiannya dengan lebih pada objek yang diminati.

Minat seseorang terhadap suatu objek yang digemari dapat ditandai melalui beberapa ciri. Ciri-ciri minat menurut Crow & Crow dalam Hurlock (2017, p. 225), antara lain:

- a. Perhatian terhadap obyek yang diminati secara sadar dan spontan, wajar tanpa paksaan. Faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak goyah oleh orang lain selama mencari barang yang disenangi. Artinya tidak mudah tebusuk untuk berpindah ke selainnya.
- b. Perasaan senang terhadap obyek yang menarik perhatian. Faktor ini ditunjukkan dengan perasaan puas setelah mendapatkan barang yang diinginkan.
- c. Konsistensi terhadap obyek yang diminati selama obyek tersebut efektif bagi dirinya.
- d. Pencarian obyek yang diminati, faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak putus asa untuk mengikuti model yang diinginkan.
- e. Pengalaman yang didapat selama perkembangan individu dan bersifat bawaan, yang dapat menjadi sebab atau akibat dari pengalaman yang lalu, individu tertarik pada sesuatu yang diinginkan karena pengalaman yang dirasa menguntungkan bagi dirinya.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa adanya minat ditandai dengan adanya perhatian yang lebih, perasaan senang, konsistensi, serta rasa ingin tahu yang lebih terhadap objek yang diminati tersebut. Tanda-tanda tersebut dapat diperoleh dari pengalaman yang membuat individu merasa tertarik di masa perkembangan individu dan tidak merupakan bawaan dari lahir. Minat memiliki sifat yang dinamis, memiliki pasang surut dimana pada suatu waktu individu dapat menyukai suatu objek namun diwaktu lain ia mungkin sudah tidak terlalu menyukainya. Setiap individu juga memiliki minat yang berbeda-beda sesuai dengan wawasan, persepsi, masukan-masukan, serta pola pikiran yang dimiliki.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terbentuknya minat di benak masing-masing individu. Berikut adalah faktor-faktor yang membentuk lahirnya minat pada seorang individu:

a. Faktor Dorongan (Internal)

Faktor dorongan ini timbul dari dalam diri individu sendiri yang rangsangannya berasal dari lingkungan atau ruang lingkup individu tersebut. faktor ini dapat dikatakan faktor yang paling penting karena apabila faktor ini tidak ada, maka tidak ada minat yang muncul dan diwujudkan. Contoh dari faktor ini adalah apabila individu merasa lapar maka individu akan mencari, memasak, atau membeli makanan.

b. Faktor Motif Sosial

Aktivitas yang dilakukan individu dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sosial seorang individu sehingga aktivitas tersebut memiliki motif sosial agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya. Faktor ini berasal dari luar individu sehingga dapat berubah seiring berubahnya lingkungan disekitar individu. Contoh dari faktor ini adalah ketika individu mengendarai mobil untuk datang ke sekolah karena teman-temannya juga mengendarai mobil ke sekolah.

c. Faktor Emosional

Emosi dan perasaan memiliki peranan yang sangat penting dalam faktor emosional. Faktor ini memacu minat individu dalam menghasilkan emosi (perasaan senang) sehingga akan menimbulkan minat yang lebih kuat dari yang sudah ada. Adanya kesuksesan dalam minat individu akan memperkuat perasaan suka dan senang pada minatnya dan sebaliknya, apabila minat tersebut gagal maka minat individu juga akan mengalami pengurangan. Contoh dari faktor ini adalah ketika individu menyukai film yang disutradarai oleh X namun ketika film selanjutnya tidak sebagus film sebelumnya maka minat individu terhadap film-film selanjutnya akan berkurang.

2.2.2 Teori Media Baru

Adanya kemudahan-kemudahan dalam mengakses informasi dan hiburan dalam jaringan internet merupakan dampak dari adanya media baru. Kehadiran media baru ini banyak disyukuri oleh berbagai pihak terlebih kerap kali dibandingkan dengan media lama yang memiliki keterbatasan dalam penyebaran informasi dan minim interaksi. Media baru dirasa lebih efisien dibandingkan media lama. Layanan yang diberikan oleh media lama (koran, majalah, televisi, radio) kini dapat

diakses melalui perangkat yang terhubung dengan jaringan internet. Jadi dengan menggunakan satu perangkat yang terhubung dengan internet, masyarakat dapat berkomunikasi (telepon), membaca berita, dan juga menonton. Hal ini ditandai dengan peningkatan jumlah masyarakat yang kini berbalik menggunakan media daring dibandingkan media cetak atau media lama sebagai pilihan bermedia (Farida & Sari, 2015).

Dalam pembahasannya, Ahmadi (2020) mengatakan internet sebagai “media baru” menawarkan berbagai fasilitas dan juga memiliki jangkauan yang luas. Jangkauan tersebut tidak terbatas suku, ras, agama, dan lainnya. Melalui satu perangkat yang terhubung dengan jaringan internet, masyarakat tak hanya dapat mengakses informasi dan hiburan namun juga berkomunikasi. Pola jejaring (*network*) yang ada di media siber secara langsung maupun tidak langsung akan menghubungkan para pengguna di berbagai tempat (Trisilowaty, 2019, p. 89). Beberapa platform jejaring sosial yang biasa digunakan oleh masyarakat seperti Facebook, Twitter, Line, WhatsApp, YouTube, Iqiyi, VIU, Netflix dan lainnya biasa digunakan oleh masyarakat untuk saling terhubung satu dengan yang lain dan mendapatkan hiburan. Dengan menggunakan platform-platform tersebut, masyarakat dapat mengakses informasi maupun hiburan dimana pun dan kapan pun selama terhubung dengan jaringan internet.

Media baru dijelaskan oleh Ginting et al. (2021) sebagai media yang menggunakan internet berbasis teknologi *online*, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, serta dapat berfungsi secara privat atau publik. Adanya telepon dapat menghubungkan penggunanya lewat suara, maka melalui media baru yang terhubung jaringan internet, penggunanya dapat berinteraksi secara bertatap muka melalui fitur *Video Call* (Prasetya & Marina, 2022).

Semua pihak yang memanfaatkan jaringan internet (daring) dapat mengakses berbagai hal dengan mudah baik itu informasi maupun hiburan. Tak hanya mendapatkan informasi, semua pihak juga dapat memberikan informasi pada *platform-platform* media yang tersambung dengan internet seperti media sosial. Kehadiran media baru mengakibatkan adanya partisipasi yang jauh lebih aktif di media maya. Konsumen baru media konvergen lebih terhubung secara sosial karena

mereka dapat mengunggah konten mereka sendiri dan memilih dari berbagai informasi yang jauh lebih luas, termasuk dapat memilih media massa yang digunakan.

Dapat disimpulkan bahwa media baru merupakan sarana media yang memanfaatkan teknologi digital dan jaringan internet. Djamal dan Fachruddin (2015) menjabarkan berbagai manfaat yang diakibatkan dari adanya media baru, antara lain:

a. Pencarian Informasi yang Mudah dan Cepat

Media baru membuat pencarian informasi lebih mudah dan cepat karena individu dapat mengakses informasi dengan waktu yang relative cepat dengan menggunakan perangkat yang terhubung dengan jaringan internet. Hal ini sangat memudahkan individu dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan seperti informasi.

b. Kemudahan dalam mendapat kebutuhan

Selain kemudahan dalam mengakses informasi, adanya *new media* memudahkan individu untuk mendapatkan kebutuhan sehari-hari. Contoh nyata yang sering ditemukan adalah transaksi jual beli pada aplikasi *e-commerce*. Transaksi tersebut dapat berlangsung tanpa pembeli maupun penjual bertatap muka secara langsung. Hanya melalui perangkat seluler yang terkoneksi dengan internet, pembeli dapat membeli berbagai barang kebutuhannya.

c. Media Hiburan

New media kerap dimanfaatkan sebagai sarana hiburan. Biasanya individu membunuh perasaan jenuh yang mereka alami lewat bermain *game online*, menonton film atau drama *online* di berbagai aplikasi maupun website, dan mendengarkan lagu. Semua hal tersebut sekarang dapat dilakukan secara *online*.

d. Efisiensi Komunikasi

Kemudahan dalam aspek komunikasi juga dirasakan dengan adanya *new media*. Sekarang berkomunikasi sudah tidak perlu langsung bertatap muka dengan individu lain di tempat dan di saat yang sama. Kemunculan berbagai aplikasi untuk berkomunikasi seperti WhatsApp, Line, Facebook dan lainnya membuat kegiatan komunikasi lebih mudah dan efisien karena semua dapat saling berkomunikasi meskipun berbeda lokasi dan zona waktu.

e. Sarana pendidikan

New Media memiliki manfaat yang besar dibidang pendidikan. Individu dapat mengakses segala informasi seputar pendidikan di internet bahkan memiliki kemudahan untuk mengakses buku digital. Prose belajar juga dapat dilakukan dengan menonton tayangan-tayangan edukasi pembelajaran yang diunggah di berbagai situs seperti YouTube dan lainnya. Sejak pandemic Covid-19, sistem pembelajaran jarak jauh diterapkan dan menggunakan sistem belajar mengajar menggunakan aplikasi *video conference* seperti Zoom, Google Meet, Microsoft Teams dan lainnya. hal tersebut juga merupakan manfaat dari kehadiran *new media*.

2.2.3 Boys Love

Boys Love merupakan salah satu genre fiksi yang mengemas kisah romansa hubungan sepasang laki-laki homoseksual/gay. Duffi dan Atwater (2015) dalam Munadi (2017) menyatakan bahwa homoseksual atau “gay” dalam penggunaan sehari-hari menjadi lebih sering digunakan untuk menyebutkan lelaki yang memiliki kecendrungan menyukai sesama jenis. Jadi gay merupakan lelaki yang mempunyai orientasi seksual terhadap lelaki. Perilaku homoseksual yang semula masih sangat tabu namun sekarang dengan bebas bahkan diproduksi menjadi sebuah genre sebagai sarana hiburan bagi beberapa pihak meskipun masih banyak pihak lain yang menolak dengan keras.

Genre *Boys Love* biasanya terdapat pada film, drama, maupun manga atau komik jepang. Awalnya, genre ini ditulis oleh perempuan dan untuk dikonsumsi para pembaca perempuan saja. *Boys Love* ini pada awalnya dibuat dalam manga jepang saja, namun seiring berjalannya waktu, genre *Boys Love* ini merambah pada anime, novel, film, dan drama. Biasanya cerita yang disuguhkan tidak jauh dari drama romansa antar laki-laki namun saat ini sudah banyak genre *Boys Love* yang divariasikan dengan paduan genre lain seperti *thriller* dan *science-fiction*.

Karakter dalam genre *Boys Love* biasanya akan melibatkan dua peran laki-laki dimana satu bersikap lebih maskulin dan yang satu lebih feminim. Dalam genre ini, dikenal adanya istilah *seme (top)* dan *uke (bottom)* dimana *seme* didefinisikan sebagai sosok yang lebih dominan, penyerang, lebih maskulin seperti sosok pria maskulin pada umumnya dan sering digambarkan memiliki postur yang

lebih tinggi besar dibanding *uke*, bersikap lebih sabar, dan cuek. Berbeda dengan *uke* yang didefinisikan sebagai pihak yang lebih pasif, penerima, lebih feminim dan sering digambarkan dengan tubuh yang lebih kecil dari *seme*, bersifat patuh dan lebih emosional. Singkatnya, karakter *seme* disamakan dengan lelaki dan *uke* seperti perempuan dalam hubungan romansa laki-laki dan perempuan umumnya. Seiring perkembangan genre tersebut kini karakter *uke* dibuat lebih realistis seperti realitas kehidupan masyarakat pada saat ini. Karakter *uke* dalam genre *Boys Love* tidak lagi divisualisasi feminim dan penurut, namun bisa cenderung tegas dan maskulin seperti karakter *seme*.

Penggemar *Boys Love* dikenal dengan sebutan *Fujoshi* dan *Fudanshi*. *Fujoshi* adalah sebutan bagi perempuan yang menyukai genre tersebut dan *Fudanshi* adalah sebutan untuk laki-laki yang menyukai genre tersebut juga. Dikutip dari *yunoya.id* (2021), laki-laki *Fudanshi* tidak selalu seorang gay atau penyuka sesama jenis karena kebanyakan. Mereka hanya suka interaksi laki-laki di anime favorit mereka. Fakta menarik kebanyakan dari *Fujoshi* juga merupakan perempuan heteroseksual. Heteroseksual itu sendiri berarti kecenderungan melakukan hubungan seks beda jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan (Sirait, 2018, p. 14). Menurut Aammar (2018) dalam Rasnika & 'Uyun (2022), terdapat beberapa faktor yang membuat *fujoshi* menyukai genre BL. Faktor-faktor tersebut bisa berasal dari internal atau dari dalam diri *fujoshi* seperti rasa penasaran, bosan dengan genre romansa monoton, atau tidak menyukai karakter wanita yang tidak tegas.

Saat ini, Thailand sedang menjadi negara yang gencar dengan produksi drama *Boys Love* terlebih dengan meledaknya drama “*2gether The Series*” di Indonesia tahun 2020 lalu. Dilansir dari *enampagi.id* (2022), drama yang dibintangi oleh Bright Vachirawit dan Win Metawin tersebut mencetak rekor dengan total tontonan sebanyak 1 miliar kali pada penayangan Youtube dan Line TV. Budaya populer Thailand tersebut sebenarnya pernah diadaptasi pada beberapa film Indonesia seperti *Lovely Man* (2011) yang meraih piala “film terbaik” di acara Tel Aviv International LGBT Film Festival 2012 yang digelar di Israel dan *Pria* (2017) dan

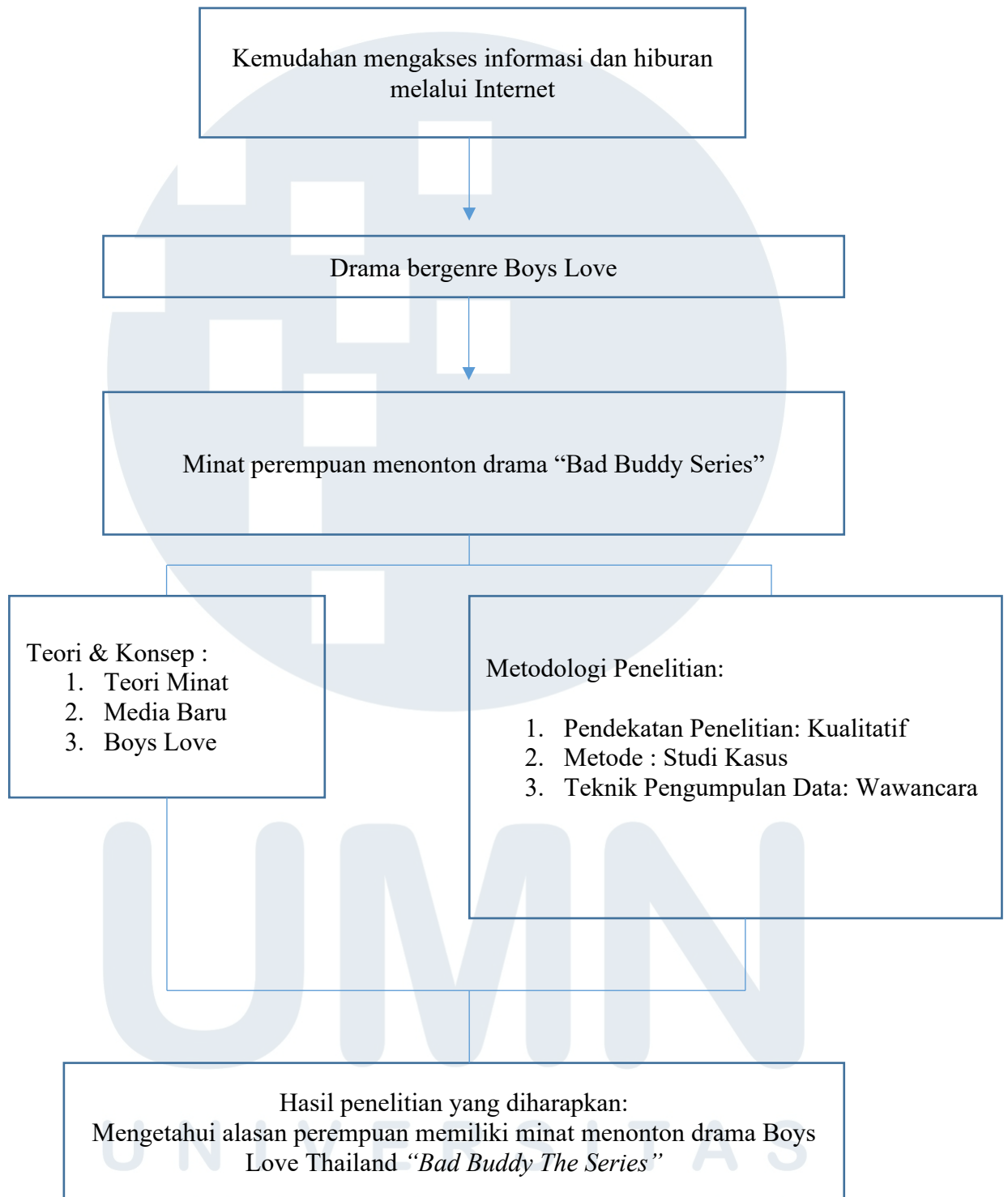
Pria (2017) yang memborong 10 penghargaan dan 23 nominasi penghargaan internasional (Faizah, 2020).

2.3 Alur Penelitian

Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh media baru menyebabkan distribusi komunikasi maupun hiburan lebih mudah dikonsumsi oleh masyarakat di seluruh dunia. Meledaknya drama asal Thailand bergenre *Boys Love* sejak awal pandemic Covid-19 membuat Thailand semakin gencar memproduksi drama dan film dengan genre serupa hingga saat ini. Tak hanya berasal dari negara Thailand itu sendiri, dengan kemudahan mengakses informasi dan hiburan yang disebabkan dengan adanya media baru, kini penggemar genre tersebut menyebar hingga ke Indonesia. Kebanyakan dari penonton drama/film tersebut adalah para perempuan dengan orientasi seks heteroseksual.

Fenomena tersebutlah yang kemudian ingin diteliti oleh peneliti lebih lanjut. Peneliti ingin mengetahui alasan atau faktor-faktor yang menyebabkan minat perempuan terhadap drama bergenre *Boys Love* yang berjudul “*Bad Buddy Series*”. Penelitian ini akan berlandaskan beberapa teori dan konsep seperti Teori Minat, Teori Media Baru, dan konsep *Boys Love* dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus.





Tabel 2. 2 Kerangka Penelitian

Sumber : Olahan Peneliti, 2022