

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dewasa ini, komunikasi menjadi hal yang sangat penting untuk individu dapat menjangkau sebuah informasi. Proses komunikasi yang melalui perantara media menjadi sarana yang sangat dinikmati oleh khalayak ramai karena penggunaannya lebih praktis dan fleksibel. Terlebih media bukan hanya sebatas elektronik dan cetak, tetapi media baru yang telah terdigitalisasi pun menjadi semakin banyak digunakan oleh khalayak dalam mengaksesnya. Banyaknya berbagai konten yang tersedia membuat kebutuhan khalayak terpuaskan dalam mengaksesnya. Media baru yang sering diakses adalah tayangan video berdurasi pendek maupun panjang seperti, film, drama, dan *series*.

Mudahnya mengakses media untuk melihat konten yang baru dan menarik membuat banyak budaya luar negeri masuk ke Indonesia, salah satunya adalah budaya Jepang. Jepang memiliki banyak budaya populer yang diminati serta diakui di Indonesia bahkan mancanegara. Budaya populer Jepang seperti *anime* (kartun Jepang), *manga* (komik Jepang), gaya busana, *game online* maupun *offline*, musik, serta bahasa, juga gaya hidup masyarakat Jepang secara umum sudah sangat dinikmati oleh penggemar budaya Jepang di Indonesia.

Dikutip dari Antaranews.com “budaya bisa diterima dengan baik karena berada di satu kawasan yang sama” ujar *Chief Japan Foundation*, Diana S. Nugroho. Jepang memiliki kesamaan dalam nilai ketimuran seperti di Indonesia, juga Jepang merupakan negara maju yang mampu bersaing dengan negara lainnya membuat kekaguman negara Asia terhadap Jepang. Selain itu, Indonesia merupakan negara yang biasa dengan kehadiran perbedaan, sehingga menjadi bangsa yang toleran dan bisa menerima budaya luar, termasuk tradisi budaya Jepang (Zhafira, 2019).

Pecinta budaya Jepang menciptakan banyak komunitas antar penggemar di kawasan Indonesia. *Anime* menjadi salah satu faktor pengaruh budaya Jepang yang disebar media baru di Indonesia. *Anime* Jepang sangat diminati oleh orang-orang Indonesia, penggemar budaya Jepang sering dikenal dengan *Otaku/Wibu*.

*Otaku* atau *Wibu* adalah kalimat atau kata Jepang yang ditunjukkan untuk individu yang menyukai *anime*, *manga*, dan budaya Jepang (Biiznilla dkk., 2019). *Otaku* adalah orang yang fanatik dengan dunia *anime* dan *manga*, sedangkan *Wibu* adalah orang yang fanatik dengan segala hal berbau Jepang atau seseorang yang fanatik dengan semua jenis budaya yang ada di Jepang.

*Otaku* secara harfiah adalah istilah yang mengarah pada individu yang terlibat dalam suatu subkultur Jepang seperti *anime*, *game video game*, *manga*, fiksi, film, dan lain sebagainya. Di Indonesia, terdapat banyak kelompok sosial yang dibuat oleh *Otaku* baik itu di dunia nyata maupun di dunia maya. Untuk menjadi seorang *Otaku* tidak hanya dengan menonton acara televisi atau *anime* saja, namun harus juga mengikuti perkembangan *anime-anime* dari segi judul, genre, pemeran, dan lain sebagainya yang sedang populer sehingga bisa mengikuti dalam perbincangan komunitas *Otaku*. Hal tersebut hanya bisa didapatkan dari internet karena pemasaran *anime* dalam bentuk *DVD* sangat jarang ditemukan di Indonesia (Sya'dian, 2016).

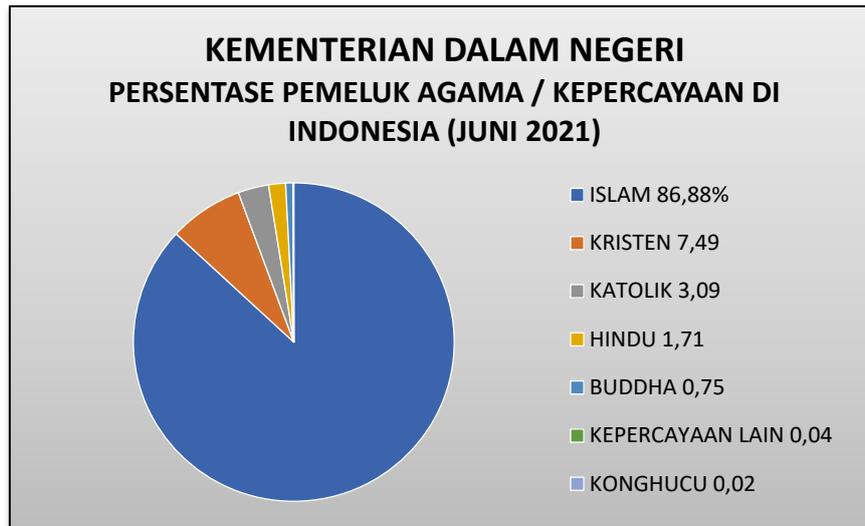
Mendalami *anime* untuk menjadi seorang *Otaku* berarti pula mendalami segala genre yang terdapat di dalamnya seperti, *action*, *romance*, *comedy*, *adventure*, *slice of life*, *yaoi*, *yuri*, dan banyak lainnya. Mendalami hal ini agar mereka bisa dikatakan sebagai *Otaku*. Proses menjadi *Otaku* sangat berpengaruh dalam kehidupan diri orang tersebut, banyak dari para *Otaku* yang tidak bisa menyortir kehidupan *anime* dengan kehidupan nyatanya, sehingga banyak *Otaku* yang terbawa pengaruh tersebut di kehidupan nyatanya. Salah satu pengaruh yang melenceng dari budaya Indonesia karena mendalami menjadi seorang *Otaku* adalah memungkinkan seseorang terjerumusnya ke dalam pengaruh genre *yaoi* yaitu genre yang memperlihatkan hubungan asmara antara laki-laki dengan laki-laki (*boys love*). Orang yang menyukai *yaoi* disebut dengan *Fujoshi* bagi perempuan dan *Fudanshi* bagi laki-laki. Ani (2018) mengatakan bahwa *Fujoshi* adalah sebutan yang digunakan masyarakat Jepang untuk menyebut perempuan yang menyukai *manga*, komik, atau novel yang berunsur *yaoi* (*boys love*).

Ammar (Fitriana dkk., 2021) *Fujoshi* berasal dari bahasa Jepang yang memiliki arti wanita rusak, istilah ini merujuk untuk merendahkan wanita karena memiliki hobi melihat percintaan laki-laki dengan laki-laki/gay. *Yaoi* sendiri memiliki arti sebuah genre bacaan maupun tontonan yang menampilkan hubungan romansa antara laki-laki dengan laki-laki.

Seperti dalam penelitian Venturini dkk (2021) mengenai Pengaruh Tayangan *2gether: The Series* Terhadap Sikap Toleransi Perempuan Mengenai Homoseksual dengan hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa perempuan penggemar *boys love (Fujoshi)* sebagian memainkan peran gendernya atau tertarik pada hubungan sesama jenis (laki-laki dengan laki-laki) dan sebagian benar-benar memperhatikan pesan tersirat yang ingin disampaikan *series* tersebut, dimana cinta tidak hanya berpatok pada antar lawan gender, tetapi cinta boleh dimiliki oleh siapa dan untuk siapa saja. Sehingga timbul rasa toleran pada pasangan homoseksual di kehidupan nyata pula seperti yang ditayangkan oleh *series* tersebut.

Dasar negara Indonesia adalah Pancasila. Artinya Pancasila selalu menjadi jiwa bagi seluruh aspek berbangsa dan bernegara. Pancasila dengan demikian merupakan identitas nasional bagi seluruh warga Indonesia dalam bermasyarakat. Bangsa Indonesia pada dasarnya adalah bangsa yang religius, humanis, menyukai persatuan, bermusyawarah, dan lebih mementingkan kepentingan bersama, seperti yang tercantum dalam isi sila pada Pancasila.

Sila pertama yang memiliki bunyi “Ketuhanan Yang Maha Esa” memiliki arti pengamalan; bangsa Indonesia menyatakan kepercayaan dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Indonesia sendiri, agama telah menjadi satu bagian penting dalam menjalani kehidupan. Hal ini diperkuat dengan pasal 28E ayat 1 UUD 1945 yang berbunyi “setiap warga negara bebas memeluk agama dan beribadah sesuai agamanya”. Agama yang diakui di negara Indonesia adalah agama-agama berikut; Islam, Kristen Protestan, Kristen Katolik, Hindu, Buddha, dan Konghucu.



***Gambar 1 Persentase Pemeluk Agama di Indonesia***

Meskipun data dari Kementerian Dalam Negeri pada bulan Juni 2021 menjelaskan bahwa mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama Islam (86,88%) dan sisanya memeluk agama lain seperti Kristen (7,49%), Katolik (3,0%), Hindu (1,71%), Buddha (0,75%), Konghucu (0,02%), serta Kepercayaan lain (0,04%) (Jenderal dkk., 2021), tetapi fenomena *Fujoshi* ini tidak bisa dihindari. Terlihat awal kemunculan keberadaan *Fujoshi* pada tahun 2008 di Indonesia, dimana tahun tersebut merupakan tahun maraknya internet dan media sosial. Rata-rata usia *Fujoshi* di Indonesia adalah remaja dan wanita yang berusia 18 sampai 30 tahun (ada juga yang lebih muda atau tua).

Fenomena *Fujoshi* ini terlihat jelas sangat melenceng dari nilai moral maupun moral agama, namun masih banyak saja para *Fujoshi* yang masih menjalankan hobinya tersebut tanpa memikirkan moral agama. Meskipun sudah jelas adanya larangan mengenai LGBT dalam Al-Qur'an dan Hadits namun tetap banyak penikmat yang memiliki hobi sebagai *Fujoshi*. Isi yang terkandung dalam Al-Qur'an pun sudah menjelaskan mengenai larangan LGBT, seperti dalam surat Al-Ankabut ayat 29: "Patutkah kamu mendatangi laki-laki/menyamun, dan mengerjakan kemungkarannya di tempat pertemuanmu? Maka jawaban kaumnya tidak lain hanya mengatakan, 'Datangkanlah kepada kami azab Allah, jika engkau termasuk orang-orang yang benar'" (Arif & Sayska, 2018).

Seperti yang dijelaskan oleh hadits-hadits: “Sesungguhnya yang paling aku takutkan (menimpa) umatku adalah perbuatan kaum Luth” (HR Ibnu Majah : 2563. 1457. Tirmidzi berkata : Hadits ini hasan Gharib, Hakim berkata, Hadits Shahih Isnad), serta hadits “Allah tidak mau melihat kepada lelaki yang menyetubuhi lelaki atau menyetubuhi wanita pada duburnya” (HR. Tirmidzi : 1166, Nasa’I : 1456, dan Ibnu Hibban : 1456 dalam Shahihnya) (Arif & Sasyka, 2018).

Moral sendiri memiliki arti yaitu nilai (*value*) yang berlaku dalam suatu lingkungan sosial yang mengatur tingkah laku seseorang menurut Dian Ibung (Sulianti dkk., 2021). Lalu moral religius adalah sikap manusia yang berkenaan dengan kepatuhan terhadap perintah Tuhan, dimana manusia menganggap bahwa Tuhan menjadi pengawas bagi segala tindakan moral tersebut. Sedangkan moral keagamaan adalah sikap atau tingkah laku manusia berkenaan dengan ajaran agama yang dianutnya, maka dari itu bisa diartikan bahwa penalaran moral adalah suatu penilaian individu terhadap sesuatu seperti penilaian diri, sosial, ataupun penilaian terhadap kewajiban terhadap segala tindakan yang dilakukan (Buana & Soetjningsih, 2020).

Merebaknya fenomena *yaoi* dan *Fujoshi* pastinya tidak terlepas dari pro dan kontra dari khalayak ramai. Individu akan berbondong-bondong dalam menyuarakan persepsinya terhadap fenomena tersebut. Kelompok pro akan mengeluarkan persepsi yang positif dan kelompok kontra akan mengeluarkan persepsi yang negatif. Persepsi sendiri merupakan menyatakan bahwa persepsi yaitu temuan atau tanggapan seseorang yang diterima individu dari proses suatu serapan pengindraannya Depdiknas (Dharmayana dkk., 2012).

Menurut Solso (Langgeng dan Widian, 2013) persepsi dibagi menjadi dua, yaitu persepsi positif dan persepsi negatif. Persepsi positif adalah penilaian individu terhadap objek dengan pandangan yang positif sesuai dengan yang diharapkan oleh objek yang dinilai, sebaliknya sedangkan persepsi negatif adalah penilaian individu mengenai objek yang dipandang negatif serta tidak sesuai dengan harapan objek. Persepsi sendiri memiliki arti suatu proses penilaian yang didahului oleh proses penginderaan oleh individu.

Peneliti melakukan studi pendahuluan dengan melakukan wawancara kepada lima orang *Otaku* pada tanggal 29 Desember 2021 dengan subjek yang berinisial D, G, dan A, serta wawancara kedua pada tanggal 1 Januari 2022 dengan subjek yang berinisial R dan N. Kelima subjek 3 (60%) diantaranya menjadi kelompok yang kontra, dimana ketiga responden ini memiliki pandangan yang negatif hobi seseorang sebagai *Fujoshi*.

*“Kalau menurut saya itu sih hal yang menjijikan, kok bisa sih ada orang yang suka ngeliat hal kaya gitu, kalau dia muslim lebih parah lagi, udah dijelaskan di Qur’an juga padahal”* ujar N.

Namun menurut R dan D menganggap bahwa *Fujoshi* hal yang normal karena itu merupakan suatu hobi yang mereka sukai, selama tidak mengganggu orang lain itu masih diperbolehkan dan wajar-wajar saja. Menjadi seorang *Fujoshi* merupakan hak siapa saja;

*“Ya kalo saya sih biasa aja, ya karena itu kan emang kesukaan dia ya yaudah biarin aja gitu selagi dia ga mengganggu kehidupan kita mah biarin aja”* ucap R.

Dua pandangan berbeda pada suatu objek yang sama, dalam hal ini adalah *Fujoshi*. Persepsi yang diberikan oleh individu bisa berbeda dari persepsi individu lain berdasarkan hasil pemahaman sesuai dengan kriteria individu yang bersifat subjektif dan pengalam yang didapatkan berbeda-beda antara satu dengan yang lain Bimo Walgito (Agustina, 2021).

Fenomena mengenai diminatinya budaya Jepang, serta munculnya *Fujoshi* maka penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian persepsi seorang *Otaku* terhadap *Fujoshi* ditinjau dari penalaran moral. Sehingga peneliti bisa mengetahui apa saja aspek dan faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang yang pro (positif) maupun kontra (negatif) terhadap suatu objek atau *Fujoshi* pada seorang *Otaku*.

## **B. Fokus Kajian Penelitian**

### **1. Persepsi menurut Bimo Walgito (2002)**

#### **a. Penyerapan Stimulus atau Objek dari Luar Individu**

Stimulus tersebut diterima dan diserap oleh panca indera, baik pendengaran, penglihatan, penciuman, peraba, dan pengecap secara sendiri maupun bersamaan. Hasil penerimaan oleh panca indera tersebut akan mendapat gambaran, kesan, atau tanggapan di dalam otak. Di dalam otak manusia setiap kesan atau gambaran objek terkumpul, jelas tidaknya gambaran tergantung dari rangsangan, normalisasi panca indera, dan waktu (sudah lama atau baru saja).

#### **b. Pengertian atau Pemahaman**

Tahap setelah terjadi kesan atau gambaran di dalam otak, maka akan diorganisir kesan tersebut, lalu diklasifikasikan, dibandingkan, diinterpretasi, hingga terbentuk pengertian atau pemahaman. Proses ini terjadi secara cepat dan unik. Pengertian dan pemahaman tergantung pada gambaran lama yang telah dimiliki individu sebelumnya (apersepsi).

#### **c. Penilaian (Evaluasi)**

Penilaian terjadi ketika individu telah menjalani proses pengertian dan pemahaman. Pemahaman yang sudah diterima akan dibandingkan dengan kriteria norma yang dimiliki individu secara subjektif. Penilaian setiap individu berbeda-beda.

### **2. Penalaran Moral menurut Kohlberg (1971)**

#### **a. Tahap *Conventional Reasoning***

Terdapat dua sub tema yaitu, norma interpersonal, pada tahap ini individu melakukan perilaku menyenangkan orang lain dan perilaku itu disebut perilaku baik. Moralitas sistem sosial merupakan penilaian moral didasari oleh hukum, aturan, tugas sosial, dan keadilan.

**a. Tahap *Post Conventioning Reasoning***

Terdapat dua sub tema yaitu, hak komunitas dan hak individu adalah pemahaman bahwa standar nilai setiap orang berbeda-beda, serta prinsip etis universal. Pada tahap ini individu sudah membentuk standar moral yang didasarkan pada hak manusia secara universal.

**C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui persepsi *Otaku* mengenai fenomena *Fujoshi*,
2. Mengetahui persepsi *Otaku* mengenai fenomena *Fujoshi* ditinjau dari penalaran moral.

**D. Manfaat Penelitian**

**1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi ilmu psikologi, khususnya bidang psikologi sosial yang membahas mengenai persepsi dan penalaran moral individu.

**2. Manfaat Praktis**

**a. Bagi Orang Tua**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi orang tua agar dapat lebih mengawasi anak dari berbagai konten yang ada di internet sehingga anak terhindar dari buruknya budaya yang tidak sesuai dengan moral atau aturan yang ada.

**b. *Otaku/Wibu***

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai cara memberikan persepsi secara baik sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku, serta terhindar dari budaya-budaya asing yang tidak sesuai dengan budaya di Indonesia.