Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 6 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

PENERIMAAN PEREMPUAN TERHADAP BOYS LOVE DALAM ALTERNATE UNIVERSE (AU) DI TWITTER

Devi Apriliana, Syafrida Nurrachmi Febriyanti
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jawa Timur

ARTICLE INFO

Article history:
Received Januari 2025
Revised Januari 2025
Accepted Januari 2025
Available online Januari 2025

Email:
deviapriliana61@gmail.com,
syafrida_nurrachmi.ilkom@upnjatim.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Abstract

The phenomenon of boys' love (BL) in alternate universe (AU) fan fiction on Twitter is experiencing increased popularity among fans. This study aims to analyze women's reception and interpretation of BL AU on Twitter, as well as to explore their views on gender and sexuality. Using a qualitative approach, then analyzed using Stuart Hall's Encoding-Decoding method, data were collected through in-depth interviews with 8 women who had read BL AU on Twitter as informants. The findings of this study reveal that there are differences in the reception of BL AU by women, influenced by factors such as belief, cultural background, and personal values. BL AU is not only an entertainment but also a space for socializing with fellow fans. In addition, Twitter is considered as an easy-to-use platform for reading AU because of its features.

Keywords: *alternate universe, boys' love, reception analysis, women, twitter*

Abstrak

Fenomena *boys' love* (BL) dalam fiksi penggemar (AU) di Twitter tengah mengalami peningkatan popularitas di kalangan penggemar. Penelitian ini berujuan untuk menganalisis penerimaaan dan interpretasi perempuan terhadap AU BL di Twitter, serta mengeksplorasi pandangan mereka tentang gender dan seksualitas. Menggunakan pendekatan kualitatif kemudian dianalisis menggunakan metode Encoding-Decoding milik Stuart Hall, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 8 orang perempuan yang pernah membaca AU BL di Twitter sebagai informan. Temuan pada penelitian ini mengungkapkan adanya perbedaan penerimaan yang dilakukan oleh perempuan yang dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, latar belakang budaya serta nilai pribadi. AU BL tidak hanya menjadi hiburan namun juga menjadi ruang untuk bersosialisasi dengan sesama penggemar. Selain itu Twitter dianggap sebagai platform yang mudah digunakan untuk membaca AU karena fitur-fiturnya.

Kata Kunci: *alternate universe, boys' love, analisis resepsi, perempuan, twitter*

PENDAHULUAN

Korean Wave merupakan sebuah gelombang besar penyebaran kebudayaan Korea yang menyapu seluruh dunia. Kejadian ini tidak luput dari peran globalisasi akibat makin majunya teknologi sehingga dapat membuat perbedaan ruang dan waktu di seluruh dunia jadi tidak berarti. Dalam *Korean Wave*, salah satu produk yang paling populer diterima oleh masyarakat luas adalah K-Pop, yaitu jenis musik Pop yang berasal dari Korea Selatan. Bens Leo sebagai pengamat musik mengungkapkan bahwa kesuksesan K-Pop masuk ke pasar musik Indonesia adalah karena majunya teknologi informasi dan internet yang memungkinkan masyarakat untuk menonton dan mendengarkan K-Pop (Nursanti et al., 2013). Ditambah dengan ditayangkannya program musik asal Korea Selatan seperti Music Bank di televisi lokal nasional yang membuat masyarakat Indonesia jadi lebih mengenal K-Pop.

Seperti yang disebutkan sebelumnya, internet adalah faktor pendukung utama K-Pop banyak dikenal oleh penduduk dunia, termasuk Indonesia. Penggunaan internet ini mencakup

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 6 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

penggunaan sosial media sebagai medianya. Rafiq (2020) menjelaskan bahwa di media sosial penggunanya dapat membagikan berbagai informasi yang mereka inginkan serta berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial tersebut. Interaksi tersebut bisa menyangkut topik yang sama-sama disukai, begitu juga dengan penggemar K-Pop yang saling berinteraksi di media sosial kemudian membentuk sebuah komunitas penggemar. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh penggemar K-Pop untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi dengan penggemar lainnya adalah media sosial X (dahulu Twitter). Yang mana untuk penelitian ini, mari kita tetap menyebutnya dengan Twitter.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Ahadiat (2022) melalui Katadata Insight Center, Twitter menduduki posisi kedua sebagai media sosial yang banyak digunakan oleh fandom K-Pop. Indonesia pada tahun 2021 juga mendapat posisi pertama sebagai negara yang paling banyak mencuitkan tentang K-Pop dengan *tweet* sebanyak 7,5 milyar *tweet* sejak Juli 2020 hingga Juni 2021 (Kim, 2021). Di Twitter, penggemar K-Pop banyak melakukan kegiatan yang berhubungan dengan K-Pop seperti berinteraksi dengan sesama penggemar, membagikan informasi tentang idola kesukaan mereka, hingga membagikan produk penggemar yang mereka buat seperti fanart dan *fanfiction*.

Mark Duffet (2013) menuturkan *fanfiction* adalah sebuah tulisan fiksi yang diciptakan oleh penggemar yang terinspirasi dari hal yang mereka sukai. *Fanfiction* yang dibuat di Twitter biasanya disebut dengan istilah AU, yaitu singkatan dari *alternate universe*. Alternate universe (AU) sebenarnya adalah salah satu genre *fanfiction* yang karakternya dibuat berbeda dengan karakter idola yang ada di dunia nyata. Perbedaan itu bisa terletak di latar belakang pekerjaan, sifat, dan sebagainya (Sauro, 2019). Selain itu AU juga memiliki gaya bahasa yang santai dengan plot ringan, masuk ke dalam kehidupan sehari-hari dan hal inilah yang membuat AU menjadi sesuatu yang populer di kalangan penggemar K-Pop di Twitter (Agustine et al., 2022).

AU di Twitter memiliki keunikannya tersendiri, bentuknya bukan berupa narasi panjang selayaknya *fanfiction* yang sudah ada, namun berupa percakapan fiksi yang dibuat di sebuah aplikasi fake social media dan disusun menjadi sebuah thread. Genre *fanfiction* atau AU ini sungguh banyak, tidak terbatas jumlahnya, dan diantaranya adalah *boys' love*. Menurut penuturan berbagai ahli dalam Coleman (2021) *boys' love* yang muncul di awal 1970-an ini diciptakan oleh penggemar perempuan untuk mengeksplorasi keinginan seksual, romantis dan emosional mereka melalui manga gay. Kwon (2019) dalam bukunya menyebutkan penggemar K-Pop, terutama di Korea, telah lama menyukai *boys' love* dan memiliki kecenderungan untuk memasang-masangkan dua atau lebih anggota di grup yang sama.

Berdasarkan penelitian Herawati (2021) penggemar cenderung menyukai interaksi yang terjadi di antara idola mereka, kemudian mulai melakukan budaya *shipping*. Lalu penggemar akan mewujudkan imajinasi mereka dengan menciptakan atau membaca AU bergenre *boys' love* dan mendapatkan kepuasan dari AU yang mereka baca atau bahkan ciptakan tersebut. Dari keempat informan, semuanya mengungkapkan AU BL sebagai pelarian dari sebuah masalah dan letih setelah melakukan kegiatan.

Namun tentunya tidak semua penggemar K-Pop melakukan penerimaan terhadap *boys' love* bahkan walaupun mereka ikut mengonsumsi konten *boys' love* berupa AU di Twitter. Penggemar merupakan manusia yang selalu aktif menciptakan dan menyebarkan teks sebagai

bagian dari budaya mereka (Jenkins, 2005), sehingga mereka juga dengan bebas memberikan pemaknaan pada setiap hal yang terjadi di dalam komunitas penggemar. Selain itu karena AU di Twitter menjadi populer dan banyak dibaca oleh penggemar K-Pop, peneliti menjadi tertarik untuk mengetahui bagaimana penggemar K-Pop yang didominasi oleh perempuan ini menerima *boys' love* dengan membaca *fanfiction* alternate universe yang ada di Twitter. Dari latar belakang tersebut, peneliti memutuskan untuk menganalisis fenomena ini dan menuangkannya ke dalam penelitian yang berjudul "Penerimaan Perempuan terhadap *Boys' love* dalam Alternate Universe (AU) di Twitter".

METODE

Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan terhadap fenomena yang dikaji agar dapat dipahami. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis resepsi Encoding-Decoding milik Stuart Hall. Santoso (2021) menyebutkan bahwa analisis resepsi menekankan jika makna dari sebuah produk media tidak ditentukan dari pembuatnya saja, namun pemaknaan tersebut juga dibentuk dari interpretasi audiens setelah terdapat interaksi antara audiens dengan teks media terkait. Audiens dipandang sebagai publik yang aktif memberikan partisipasinya dan ikut berdiskusi tentang isu yang disampaikan oleh media. Pemberian makna ini banyak dipengaruhi oleh pengalaman dan latar belakang budaya (Aminudin, 2018).

Teori Encoding-Decoding milik Stuart Hall dalam Gray et al. (2007) memandang komunikasi sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan yang dapt menghasilkan efek atau dampak tertentu. Encoding adalah proses penciptaan makna dari sudut pandang pembuat pesan, sedangkan decoding adalah proses interpretasi makna oleh penerima pesan. Hall membagi khalayak ke dalam tiga posisi, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated* dan *oppositional*.

Dominant-hegemonic adalah posisi dimana khalayak cenderung menyepakati pesan yang disampaikan oleh pihak penyampai pesan. Pada *negotiated position* sendiri khalayak dapat menerima pesan yang disampaikan pemberi pesan, namun dengan interpretasi yang lebih disesuaikan dengan cara pandang mereka sendiri. Sedangkan *oppositional position* merupakan posisi dimana khalayak memilih untuk menolak makna pesan yang disampaikan pemberi pesan, sama sekali tidak menerima pesan tersebut dan membuat makna baru yang mereka yakini sendiri. Tentunya semua pemberian makna oleh audiens dipengaruhi oleh wawasan, pendapat, serta pengalaman yang dimiliki (Claretta et al., 2022).

Audiens atau khalayak yang digunakan pada penelitian ini adalah delapan perempuan penggemar K-Pop yang aktif bermedia sosial di Twitter dan pernah membaca AU bergenre *boys' love*. Informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana informan memiliki kriteria khusus dan pengetahuan yang cukup tentang situasi sosial yang hendak diteliti (Sugiyono, 2013). Informan kemudian melakukan wawancara secara mendalam agar data yang didapatkan bisa menjelaskan fenomena yang ada.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 6 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

HASIL & PEMBAHASAN

1. Pemahaman dan Penerimaan AU di Twitter

AU merupakan istilah yang banyak digunakan penggemar K-Pop di Twitter untuk menyebut *fanfiction*. Meskipun sedikit berbeda dengan arti AU sebenarnya, namun sebagian besar informan menyepakati bahwa AU adalah sebuah cerita dengan menggunakan idola mereka sebagai karakter utamanya dan memiliki latar belakang kehidupan yang berbeda dari kehidupan aslinya. Pendapat ini selaras dengan pernyataan Shannon Sauro di dalam penelitiannya.

Naiknya popularitas AU di Twitter tidak jauh dari pengaruh penggunaan masif platform media sosial tersebut oleh penggemar K-Pop. Selain itu fitur-fitur yang ada di Twitter mendukung penggemar untuk membaca AU dengan nyaman. Budiarto et al. (2021) mengungkapkan meskipun karakter untuk memposting sebuah *tweet* di Twitter terbatas, tetapi sesungguhnya kekurangan ini juga menjadi kelebihan dari Twitter sendiri baik bagi para pembaca AU maupun pembuat AU. Bentuk AU di Twitter yang singkat dan baru, yakni berupa percakapan fiktif di media sosial yang dibuat di aplikasi palsu, selalu menarik perhatian penggemar K-Pop untuk membacanya karena mereka merasa percakapan tersebut masuk seperti percakapan sehari-hari idola mereka.

Selain itu Twitter juga menyediakan fitur-fitur yang mendukung untuk mempermudah pembaca AU mengakses maupun menavigasi platform. Dibanding media sosial lain, Twitter menyediakan fitur *thread* atau *utas* yang memungkinkan pengguna untuk membagikan AU secara bersambung, membuat pembaca AU tidak harus menghabiskan waktu untuk mencari bagian sambungan dari AU yang mereka baca. Tidak hanya itu, karena Twitter sejatinya adalah platform media sosial sehingga membaca AU di Twitter dapat diselingi dengan membaca informasi lainnya dan tidak membosankan.

Pembaca juga banyak memberikan apresiasi ke penulis AU dengan menggunakan fitur platform Twitter, seperti memberikan like atau re*tweet* dan memberikan komentar. Selain menggunakan fitur yang sudah ada di platform tersebut, penggemar yang menyukai AU yang dibacanya terkadang juga akan membawa foto potongan AU tersebut ke luar platform dan mengunggah foto tersebut di platform media sosial lainnya, seperti Tiktok dan juga Instagram. Apresiasi ini merupakan bagian dari *gift economy* yang dilakukan di dalam fandom, seperti yang disebutkan Cheal dalam Wang (2024) kalau penulis AU sesungguhnya tidak mengharapkan adanya apresiasi apapun dari pembaca dan dengan sukarela membagikan karyanya secara gratis, namun 'kebaikan' ini menuntun pembaca untuk mengembalikan kebaikan tersebut dengan berbagai macam rupa namun bukan dalam bentuk kekayaan material.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 6 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Gambar 1. Contoh apresiasi pada AU di Twitter

Apresiasi penggemar juga menimbulkan banyak interaksi yang mengarah pada diskusi penggemar mengenai karya AU yang sama-sama mereka baca. Penggemar kebanyakan akan membicarakan tentang plot, potongan adegan dalam AU, menanyakan *password chapter* tertentu dan lain-lain. Interaksi ini tentu masih menggunakan fitur platform Twitter seperti komentar, *quote retweet* dan *direct message*. Di dalam budaya partisipatif penggemar, interaksi yang terjadi di dalam fandom adalah faktor penguat komunitas penggemar tersebut bisa terus berkembang

.

2. Pemahaman dan Penerimaan *Boys' love* dalam AU di Twitter

Terdapat banyak sekali pemahaman akan definisi *boys' love*, karena ada banyak istilah yang digunakan untuk menyebutkan *boys' love* ini sendiri. McLelland et al. (2015) bahkan menyebutkan ada 4 istilah yang digunakan untuk menyebutkan cerita tentang hubungan romantis sesama pria ini, dan semua itu tergantung dari eranya masing-masing di Jepang. Hanya saja sekarang istilah yang paling banyak digunakan ialah *boys' love* dan yaoi. Perbedaan di antara keduanya hanyalah kepercayaan bahwa *boys' love* banyak disebutkan untuk karya yang dikomersialkan dan tidak banyak adegan intim, sedangkan yaoi untuk karya amatir yang dibuat oleh penggemar dan memuat banyak adegan dewasa.

AU bergenre *boys' love* atau yaoi ini dikatakan memiliki kisah yang lebih kompleks dan intens dibanding AU pada umumnya, selain itu juga konflik yang ada di dalam AU BL kebanyakan memang lebih rumit dikarenakan juga dihubungkan ke konflik di kehidupan nyata dimana homoseksualitas sendiri masih ditolak di masyarakat. Dengan ini maka *boys' love* menawarkan alur yang menarik untuk dibaca dan bisa menyebabkan emosi pembacanya seperti menaiki wahana rollercoaster.

Alasan penggemar K-Pop membaca AU BL sendiri sangatlah beragam, dan beberapa diantaranya adalah karena penggemar K-Pop yang pencemburu, menjalankan budaya *shipping* dan adanya dorongan dari agensi untuk mempromosikan *boys' love* itu sendiri sebagai bagian marketing dari grup asuhannya. Sudah tidak asing memang jika penggemar K-Pop dikenal sebagai penggemar yang memiliki fanatisme yang tinggi. Fanatisme sendiri seringkali membuat penggemar jadi kehilangan akal sehatnya (Fibrianto et al., 2020). Penggemar yang memiliki pemikiran bahwa idolanya adalah miliknya dan hanya melihat ke arahnya sehingga menimbulkan perasaan cemburu jika idolanya dengan idola perempuan bahkan hingga

dipasangkan sudah berada dalam tahap *celebrity worshipping*. Penggemar yang berada dalam kondisi ini biasanya juga membangun identitas sebagai fujoshi atau penggemar *boys' love*.

Kebiasaan penggemar yang menyukai interaksi yang lumayan intim, seperti *skinship* di antara dua anggota grup kepada satu sama lain juga merupakan salah satu alasan mengapa AU *boys' love* banyak disukai oleh penggemar K-Pop. AU BL dapat menghidupkan imajinasi yang diciptakan oleh penggemar terhadap *ship*-nya tersebut. Lalu pada kenyataannya, seperti yang diungkapkan oleh Sedlmeir (2024) perusahaan yang menaungi sebuah grup menggunakan *ship* populer untuk mempromosikan grup tersebut kepada fans. Walaupun homoseksual masih terbilang tabu di Korea Selatan, namun penggemar K-Pop yang kebanyakan perempuan ini sangat menyukai afeksi yang ditampilkan oleh anggota grup laki-laki kesukaannya.

Terdapat perbedaan pandangan mengenai AU BL sendiri, beberapa orang mungkin menganggap AU BL adalah hal yang buruk dan hanya memiliki sisi negatif. Namun sebagian orang lainnya menganggap bahwa AU BL juga memiliki sisi positifnya tersendiri. Sisi negatif yang dimiliki oleh AU BL sendiri adalah *shipper toxic*. Penjelasan Torres (2023) tentang *shipper toxic* adalah mereka yang suka memasang-masangkan dua orang ke dalam hubungan romantis dan senang sekali menyerang orang lain yang berhubungan dengan *couple* yang mereka pasangkan tersebut. Hal tersebut dapat membahayakan idola maupun orang-orang yang ada di sekitar idola tersebut. Walaupun penulis AU BL kebanyakan adalah perempuan, namun mereka tidak segan menulis adegan dewasa untuk AU mereka. Yang mana ini juga menjadi pandangan negatif karena tidak semua penulis AU BL mengetahui secara detail bagaimana pasangan gay berhubungan. Untuk sisi positifnya AU BL dianggap dapat menjadi wadah mengekspresikan diri, penghiburan dan pembelajaran bagi para pembacanya. Tentunya untuk pembelajaran sendiri semua tergantung bagaimana plot, gaya bahasa, dan pengetahuan penulis tentang apa yang ditulisnya.

Dalam penelitian ini, audiens AU BL yang menjadi informan terbagi ke dalam 3 kategori posisi penerimaan. Untuk posisi *dominant-hegemonic*, audiens menerima nilai-nilai homoseksualitas yang disampaikan oleh AU BL dan di kehidupan mereka juga tidak membenci homoseksualitas itu sendiri. Penerimaan ini dilakukan setelah audiens lama terpapar oleh konten *boys' love* dan mengetahui dengan baik bagaimana homoseksualitas itu sendiri.

Pada posisi *negotiated*, khalayak mungkin menerima cerita *boys' love* namun tidak menerima konsep gay untuk ia sepakati di dalam kehidupannya. Di posisi ini khalayak banyak membaca AU BL dan merasakan kesenangan ketika membaca AU BL maupun melihat konten BL lainnya. Hanya saja untuk menerima bahwa homoseksualitas adalah hubungan romantis antara dua orang laki-laki mereka tidak bisa menyetujuinya. Hal ini bisa dilatarbelakangi oleh persepsi pandangan mereka tentang homoseksual dan keyakinan yang mereka anut.

Audiens yang berada di posisi *oppositional* sama sekali tidak menerima nilai-nilai homoseksualitas yang disampaikan oleh AU BL. Mereka hanya pernah berinteraksi sekali atau dua kali dengan konten *boys' love*, namun kemudian memilih untuk menarik diri dan bersikap acuh tak acuh tentang adanya genre ini. Mereka hanya berusaha untuk menghormati sesama manusia dengan tidak mencemooh dan lain sebagainya.

Penerimaan khalayak terhadap *"boys' love"* banyak dipengaruhi oleh lama mereka mengonsumsi konten *boys' love*, lalu keyakinan yang mereka anut, dan juga nilai-nilai kehidupan

yang mereka pegang. Penerimaan *negotiated* terkadang juga membawa penggemar hanya menjadi *gay fetishizer*, yaitu orang-orang yang hanya memandang seseorang atau sesuatu sebagai objek yang memuaskan hasrat seksual dan menjadikannya hiburan semata (Coleman, 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisis pembahasan penelitian ini, didapatkan fakta bahwa alasan mengapa AU di Twitter banyak disukai oleh penggemar K-Pop adalah karena formatnya yang singkat dan mudah dipahami, penyajiannya yang menarik dalam bentuk *fake chat* atau *fake social media*, kemudahan akses dan navigasi berkat fitur-fitur Twitter, serta variasi konten yang menghindari kemonotonan.

Pemberian apresiasi menggunakan siklus *gift economy*, dimana pembaca memberikan *like* dan *retweet* sebagai bagian dari 'hadiah' agar penulis AU tetap mengeluarkan karyanya. Tidak hanya itu, bahkan penggemar juga mendukung penulis AU dalam bentuk meninggalkan komentar atau mengajak diskusi penggemar lain yang juga membaca AU tersebut.

Penerimaan khalayak terhadap nilai-nilai homoseksualitas dipengaruhi oleh latar belakang agama, lamanya waktu konsumsi konten *boys' love* dan nilai-nilai kemanusiaan yang dimiliki oleh khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

Agustine, A., Dian Jeanza, A., Pambudi, D. T., Glorino, M., & Pandin, R. (2022). Analysis on Alternate Universe Popularity'S Effect on Digital-Era Society'S Reading Habit in Philosophical Perspective. *OSF Preprints*.

Ahadiat, A. (2022). *Ini Medsos Favorite Komunitas Penggemar K-Pop*. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/08/ini-medsos-favorit-komunitas-penggemar-k-pop#:~:text=Menurut survei Katadata Insight Center,WhatsApp%2C YouTube%2C dan TikTok

Aminudin, A. (2018). Audience in Reception Analysis Perspective. *The Asian Conference on Media, Communication, & Film 2018*, *October*, 1–14.

Budiarto, A., Chairunissa, R., & Fitriani, A. (2021). The Motivation Behind Writing *Fanfiction*s for Digital Authors on Wattpad and Twitter. *Alphabet*, *4*(1), 48–53. https://doi.org/10.21776/ub.alphabet.2021.04.01.06

Claretta, D., Fauziah, A., Hikmah, A. N., & Aziizah, N. B. (2022). ANALISIS RESEPSI MAHASISWA TENTANG KONTEN DALAM AKUN TIKTOK @ rizkyrn _. *Jurnal Social Logica*, *1*(2), 1–8. https://doi.org/https://doi.org/10.572349/socialogica.v1i2.147

Coleman, H. R. (2021). *University of Memphis Digital Commons DO NOT FEED THE FETISHIZERS : BOYS LOVE FANS RESISTANCE AND CHALLENGE OF PERCEIEVED REPUTATION Major : Sociology*.

Duffet, M. (2013). *Understanding Fandom (An Introduction to the Study of Media Fan Culture)* (Issue september 2016). Bloomsbury.

Fibrianto, A. S., Asrori, M. I., Mahardiansyah, D., Anggraini, L. M., Lailani, A. T. ., Azizah, S. N., & Trianjaya, A. (2020). Analysis of Globalization Phenomena : Forms of K- Pop Cultural Fanaticism Among Students (Case Study of Sociology Student at Universitas Negeri

Malang). *Atlantis Press*, *404*(Icossei 2019), 319–324. https://doi.org/10.2991/assehr.k.200214.058

Gray, A., Campbell, J., Erickson, M., Hanson, S., & Wood, H. (2007). CCCS Selected Working Papers Volume 2. In *Proceedings of EMC 2017* (Vol. 2, Issue 69145). Routledge.

Herawati, L. (2021). *MOTIF DAN KEPUASAN PEREMPUAN PENGGEMAR KPOP PADA FANFICTION BERGENRE ROMANSA KHUSUSNYA TEKS HOMOSEKSUAL PRIA* [Universitas Katholik Soegijapranata Semarang]. https://repository.unika.ac.id/25082/

Jenkins, H. (2005). *Textual Poachers (Television Fans & Participatory Culture)*. Routledge.

Kim, Y. (2021). *K-Pop Kembali Cetak Rekor dengan 7,5 Milyar Tweet*. Twitter Blog. https://blog.twitter.com/in_id/topics/insights/2021/kpop-kembali-cetak-rekor-dengan-7-5-milyar-*tweet*

Kwon, J. (2019). Straight Korean Female Fans and Their Gay Fantasies. In P. Booth & K. Larsen (Eds.), *University of Iowa*. University of Iowa Press. https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/Educa

McLelland, M., Welker, J., Nagaike, K., & Suganuma, K. (2015). Boys Love Manga and Beyond : History, Culture and Community in Japan. In J. Welker, M. McLelland, K. Nagaike, & K. Suganuma (Eds.), *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan*. University Press of Mississippi. https://doi.org/10.14325/mississippi/9781628461190.003.0003

Nursanti, M. I., Lukmantoro, T., & Ulfa, N. S. (2013). Descriptive analysis of k-pop fans as media audience in consuming and constructing meaning. *Interaksi Online*, *1*(2). https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/2259

Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, *3*(1), 18–29. https://doi.org/https://doi.org/10.33822/gk.v3i1.1704

Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, *12*(2), 140–154. https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i2.13285

Sauro, S. (2019). Fan Fiction and Informal Language Learning. *The Handbook of Informal Language Learning*, *1*(Duffett 2013), 139–151. https://doi.org/10.1002/9781119472384.ch9

Sedlmeir, S. (2024). *Love , Fantasy , and Profit : The Utilization of Shipping and Boys Love as a Strategic Marketing Tool in the K-Pop Industry* (Issue February) [University of Music and Performance Munich]. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28967.15521

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Torres, I. L. de S. (2023). *Shipping* and Fanservice in the Boys Love (Bl) Series Consumption Experience By the Brazilian Fandom. *Vivência: Revista de Antropologia*, *1*(62), 19–51. https://doi.org/10.21680/2238-6009.2023v1n62id33754

Wang, R. (2024). Censor*ship* and Creative Communities: Fragility and Change of *Fanfiction* Writing in China. *Qualitative Sociology*, *47*(4), 667–689. https://doi.org/10.1007/s11133-024-09567-9