

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Boys Love ialah genre cerita yang mengisahkan hubungan romantis antara dua laki-laki homoseksual atau *gay*. Genre ini menarasikan dua laki-laki dengan berbagai macam *background* serta digambarkan dengan beragam karakter, seperti anak sekolah atau pekerja dimana mereka sedang memperjuangkan hubungan cinta mereka.¹ *Boys Love* pertama kali muncul di Jepang pada tahun 1970-an yang berawal dari sebuah manga homoretik.

Perkembangan *Boys Love* yang berawal di Jepang ini kemudian meluas ke negara-negara, terkhusus di kawasan Asia Tenggara. Thailand menjadi negara yang paling banyak mengadopsi konten bergenre *Boys Love*. Salah satu momen penting dalam perkembangan *Boys Love* di Thailand adalah dirilisnya film “*The Love of Siam*” pada tahun 2007. Film ini mengisahkan hubungan romantis antara dua tokoh laki-laki *gay*. Kehadiran film ini dianggap menjadi pijakan awal bagi pertumbuhan industri *Boys Love* Thailand.

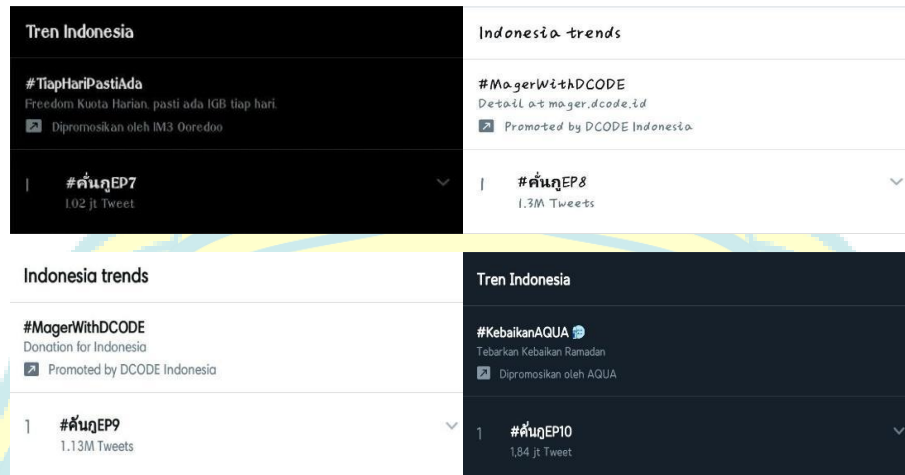
Rilisnya film “*The Love of Siam*” mendorong berbagai rumah produksi di Thailand untuk ikut membuat konten-konten bergenre *Boys Love*. Banyak rumah produksi yang mulai mengadaptasi novel *Boys Love* menjadi sebuah serial televisi. Salah satu contohnya adalah serial berjudul “*Love Sick The Series*.” Serial ini disiarkan melalui Youtube Channel Copy’A dan sukses mendapatkan 6.755.670 tayangan. Keberhasilan serial tersebut dipandang sebagai peluang bagi rumah produksi Thailand untuk terus mengembangkan dan memproduksi berbagai serial *Boys Love* lainnya. Hingga saat ini, jumlah serial *Boys Love* Thailand terus meningkat. Berdasarkan laporan MyDramaList per 12 Januari 2026, terdapat 87 serial *Boys Love* Thailand yang tayang pada periode 2025-2026.

Hadirnya banyak serial *Boys Love* Thailand ternyata juga berhasil menarik perhatian masyarakat Indonesia. Salah satu contoh yang paling menonjol dari tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap serial *Boys Love* Thailand adalah ketika serial “*2gether: The Series*” dirilis pada tahun 2020. Sejak penayangan

¹Merry Avianti & Taufik Yunanto. “Dinamika Persepsi dan Toleransi Penggemar Boys Love Terhadap Homoseksualitas.” *Jurnal Diversita*. 9 (2023): 128.

episode pertama hingga episode akhir, serial ini selalu konsisten menempati peringkat pertama *trending topic* Indonesia di Twitter (X).

Gambar 1. 1 Keberhasilan Serial *2gether: The Series* di Indonesia



Sumber: X, 2020

Kepopuleran serial “*2gether: the series*” tidak dapat dilepaskan dari peran produsen di balik layarnya. Serial ini diproduksi oleh GMMTV yang merupakan salah satu tempat produksi atau agensi yang cukup besar di Thailand dan banyak memasok konten-konten bergenre *Boys Love*. Tak hanya serial televisi, GMMTV juga membuat program televisi, lagu, dan video musik yang disalurkan melalui berbagai *platform* media online sehingga dapat memudahkan para penggemar untuk mengaksesnya. Kemudahan ini menjadikan GMMTV sebagai rumah produksi yang cukup terkenal di kalangan penggemar *Boys Love* Thailand di Indonesia. Tak hanya serial berjudul “*2gether: the series*,” hampir semua konten bergenre *Boys Love* yang diproduksi GMMTV selalu menjadi *trending topic* di Indonesia.

Intelligentia - Dignitas

Gambar 1. 2 Keberhasilan Konten *Boys Love* Produksi GMMTV di Indonesia



Sumber: Akun Instagram Resmi GMMTV, 2025

Serial *Boys Love* Thailand sangat populer di Indonesia, salah satunya karena dominasi penggemar perempuan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh IDN Times (2020), penonton serial *Boys Love* Thailand di Indonesia didominasi oleh perempuan sebesar 78,3%, dengan rentang usia 11 hingga 27 tahun.² Data tersebut menunjukkan bahwa perempuan muda merupakan kelompok audiens utama dalam konsumsi serial *Boys Love* Thailand. Tak hanya itu, perkembangan teknologi dan internet memudahkan penyebaran serial *Boys Love* Thailand ke berbagai wilayah di Indonesia, khususnya DKI Jakarta. Jakarta merupakan salah satu wilayah yang ikut menyumbang penggemar serial *Boys Love* Thailand di Indonesia, yaitu sebesar 14,2%.³ Hal ini karena DKI Jakarta merupakan pusat kegiatan Indonesia yang memiliki tingkat konektivitas internet tertinggi dibandingkan wilayah lain di Indonesia. Jakarta memiliki kecepatan unduh 41,42 Mbps.⁴ Hal ini membuat perempuan muda Jakarta dapat mengakses berbagai konten digital, termasuk serial *Boys Love* Thailand dengan mudah.

² Triadanti. 2020. "[INFOGRAFIS] Peta Popularitas Artis Thailand di Indonesia yang Makin Meroket." IDN Times, June 30, 2020. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/infografis-peta-ketenaran-artis-thailand-di-indonesia-lagi-meroket-00-7bx9b-blm4hh>

³ Triadanti, loc. cit.

⁴ Agnes Z. Yonatan. 2025. "Jakarta Punya Kecepatan Unduh Tertinggi di Indonesia 2025." GoodStats, September 16, 2025. <https://goodstats.id/article/jakarta-punya-kecepatan-unduh-tertinggi-pada-2025-q1DvU>

Dominasi penggemar serial *Boys Love Thailand* di kalangan perempuan muda Jakarta dapat dipahami dari berbagai faktor, salah satunya dengan melihat kondisi sosial dan pengalaman mereka. Perempuan muda Jakarta secara aktif memilih serial *Boys Love Thailand* untuk mewujudkan harapan dan memenuhi kebutuhan mereka yang berangkat dari pengalaman mereka yang kerap diabaikan. Kondisi ini sejalan dengan apa yang dijelaskan dalam teori *uses and gratifications* dimana teori ini melihat bahwa individu terlibat dengan media bukan hanya sebagai penerima pasif yang terkena dampak media, tetapi sebagai individu aktif yang memiliki pengalaman, kebutuhan, dan sudut pandang masing-masing. Blumler menjelaskan pengalaman audiens sering kali diabaikan atau disalahartikan, baik oleh kalangan elitis yang tidak mengalami langsung proses konsumsi media, maupun oleh para teoritikus yang merasa lebih mengetahui makna pengalaman audiens dibandingkan audiens itu sendiri.⁵ Kondisi sosial dan psikologis tersebut dapat mendorong hadirnya kebutuhan, sehingga akan muncul keinginan-keinginan atas media massa atau sumber-sumber lain.⁶

Dalam penelitian ini, pengalaman perempuan muda Jakarta dilihat berdasarkan kondisi sosial dalam masyarakat dimana kehidupan mereka masih dikuasai oleh budaya patriarki. Patriarki berasal dari istilah patriarkat, merujuk pada sistem sosial yang menempatkan laki-laki sebagai pihak yang memiliki kekuasaan dan otoritas atas berbagai aspek kehidupan. Budaya patriarki dipahami sebagai struktur sosial beserta praktik-praktiknya yang memungkinkan laki-laki untuk mendominasi, mengendalikan, dan memanfaatkan perempuan demi kepentingan mereka sendiri.⁷

Praktik budaya patriarki kian berkembang sampai sekarang. Praktik ini terjadi pada kegiatan domestik, ekonomi, politik, dan budaya. Budaya patriarki melahirkan pengelompokan peran dan penempatan posisi antara laki-laki dan perempuan, sehingga melahirkan ketidakadilan dan ketimpangan.⁸ Dalam ranah domestik, perempuan akan menjalani peran sebagai istri dan memikul tanggung jawab terhadap keluarganya. Budaya patriarki membuat masyarakat berfikir tempat paling

⁵ Jay G. Blumler. "The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies." *Communication Research* 6, no. 1 (1979): 12.

⁶ Humazi, *Uses and Gratifications Theory* (Medan: USU Press, 2018), p. 9

⁷ Sylvia Walby, *Teorisasi Patriarki* (Yogyakarta: Jalasutra, 2014)

⁸ Ikhlasih Dalimoenthe, *Sosiologi Gender* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), p. 24.

tepat bagi perempuan hanyalah di dalam rumah.⁹ Sedangkan dalam masyarakat, perempuan kerap dilekatkan dengan stigma yang kurang produktif. Mereka juga kerap mendapatkan upah lebih rendah jika dibandingkan dengan laki-laki, meskipun memiliki durasi dan beban kerjanya sama. Selain itu, banyak perempuan menghadapi berbagai diskriminasi termasuk dalam hal pemilihan pekerjaan.¹⁰

Praktik patriarki tidak berhenti pada kehidupan nyata saja, tetapi juga tereproduksi melalui media. Media seharusnya dapat menjadi sarana hiburan bagi perempuan, tetapi pada kenyataannya media turut menjadi sarana untuk melanggengkan budaya patriarki di tengah masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan dalam film kerap menampilkan pembatasan peran perempuan dalam ranah domestik maupun publik.¹¹ Tak hanya itu, media kerap menampilkan dan memposisikan perempuan dalam narasi cerita sebagai figur yang pasif, lemah, dan bergantung pada laki-laki, sementara tokoh laki-laki diposisikan sebagai pelindung, pengambil keputusan, dan pusat cerita. Ketika perempuan menampilkan karakter yang kuat atau mandiri, representasi tersebut sering kali tetap dibingkai dalam kerangka kepentingan laki-laki. Kekuatan perempuan baru dianggap bermakna ketika digunakan untuk mendukung atau melengkapi tokoh laki-laki.

Dalam hal ini, media tidak sekadar mencerminkan nilai-nilai patriarki yang telah ada di masyarakat, melainkan secara aktif mereproduksi dan menormalisasinya dari waktu ke waktu sehingga ketimpangan gender terasa seolah-olah merupakan sesuatu yang alamiah dan tidak perlu dipertanyakan. Hal ini menimbulkan kesan seolah-olah pembagian peran antara laki-laki terhadap perempuan merupakan hal yang wajar. Dengan demikian, film-film Indonesia turut membentuk dan memperkuat budaya patriarki dalam masyarakat.

Tak hanya dominasi budaya patriarki, representasi perempuan dalam media masih sering dibuat dari sudut pandang laki-laki atau *male gaze*. *Male gaze* dijelaskan oleh Laura Mulvey sebagai sebuah konsep ketika perempuan dijadikan

⁹ Etin Anwar, *Feminisme Islam: Genealogi, Tantangan, dan Prospek di Indonesia* (Bandung: Mizan Media Utama, 2021), p. 268.

¹⁰ Arsiska Sari, Rahel Veronika Siregar, Dafa Ariza, & Bonaraja Purba. "Ketidaksetaraan Gender dan Diskriminasi terhadap Wanita pada Dunia Kerja dalam Mazhab Ekonomi Feminis dan Hukum Ketenagakerjaan Indonesia," *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 4, no. 6 (2025): 199.

¹¹ Renata Julianty Hartono, Prayogi Restu Adiguno, Nada Nadiyah Aulia, and Fajar Junaedi, "Representation of Gender Stereotypes and Patriarchal Culture in MR.DIY Indonesia's Ramadan 2024 Advertisements on YouTube," *Kinesik* 12, no. 2 (2025): 68

sebagai objek seksualitas dari pandangan laki-laki dan mereka akan mendapatkan kepuasan dari hal tersebut.¹² Dominasi *male gaze* terlihat jelas dari bagaimana perempuan kerap digambarkan sebagai objek seksual dalam berbagai bentuk media massa, seperti film, iklan, maupun *game online*.¹³ *Male gaze* dilakukan terhadap perempuan karena dipandang sebagai cara untuk memenuhi hasrat atau kebutuhan dari para penonton laki-laki.¹⁴

Dalam perfilman Indonesia, tubuh perempuan kerap menjadi objek utama kamera, bukan sebagai bagian dari narasi, melainkan sebagai tontonan itu sendiri. Sorotan kamera lebih sering tertuju pada paha, pinggul, dan dada dibandingkan pada siapa perempuan itu dan apa yang ia rasakan. Sudut pengambilan gambar yang memfragmentasi tubuh, kostum yang dirancang untuk eksposur, serta adegan-adegan yang menempatkan tubuh perempuan sebagai atraksi tersendiri hadir bukan karena tuntutan plot, melainkan karena kebutuhan untuk menjual perempuan melalui tatapan kamera. Akibatnya, karakter perempuan kerap dikonstruksi sebagai sosok yang seksi dan agresif, seolah itulah satu-satunya cara mereka relevan di layar.

Perempuan sering menjadi pihak yang dirugikan dari cara pandang yang bias, di mana perempuan justru dianggap sebagai pihak yang bersalah atas pelanggaran norma moral dan agama yang terjadi. Dalam industri film Indonesia, tokoh perempuan yang mengalami pelecehan seksual, seringkali dipersalahkan karena dianggap berpakaian tidak pantas atau bersikap tidak sopan. Ketika tokoh laki-laki berselingkuh, beban kesalahan pun bergeser kepada istri yang dinilai gagal menjalankan perannya dengan baik. Sementara itu, perempuan yang menjadi selingkuhan digambarkan sebagai pihak yang “menggoda” dan memicu terjadinya perselingkuhan. Bahkan kekerasan yang dialami perempuan pun sering kali mendapat pembenaran lewat narasi yang menjustifikasi tindakan tersebut.¹⁵

¹² Laura Mulvey. “Visual Pleasure and Narrative Cinema.” *Screen* 16, no. 3 (1975): 11.

¹³ Andini Afionita & Leli Dwirika. “Representasi Objektivikasi Perempuan dalam Pemaknaan Semantik-Pragmatik Dialog pada Serial *Die Kaiserin*.” *Prosiding Konferensi Linguistik Tahunan Atma Jaya (KOLITA)* 22 (2024): 19.

¹⁴ Budiawan, Media [Baru], Tubuh, dan Ruang Publik (Yogyakarta: Jalasutra, 2015), p. 99.

¹⁵ Free Hearty, Keadilan Jender: Perspektif Feminis Muslim dalam Sastra Timur Tengah (Jakarta: Aksara, 2011), p. 48.

Praktik budaya patriarki dan dominasi *male gaze* dalam industri film Indonesia membawa dampak yang bagi perempuan muda Jakarta. Representasi perempuan yang terfragmentasi dan selalu diposisikan sebagai pihak yang lemah, bersalah, atau sekadar objek visual menciptakan rasa tidak nyaman bagi mereka. Perempuan merasa lelah terhadap cara perfilman Indonesia memandang mereka. Perempuan akhirnya akan terus-menerus dihadapkan pada citra diri yang tidak merepresentasikan mereka secara utuh, bahkan cenderung merendahkan.

Ketidaknyamanan yang dirasakan oleh perempuan muda Jakarta akhirnya mendorong mereka untuk mencari media alternatif yang dapat membantu mereka keluar dari tekanan budaya patriarki dan *male gaze* dalam film Indonesia. Perempuan adalah agen yang bergerak menuju media yang mampu memenuhi kebutuhan mereka. Ketika film Indonesia gagal memberikan ruang representasi yang setara, perempuan muda Jakarta akan mencari media paling baik dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam hal ini, mereka secara sadar memilih serial *Boys Love Thailand* untuk keluar dari tekanan budaya patriarki dan *male gaze* dalam film Indonesia. Hal ini karena serial *Boys Love Thailand* menawarkan narasi hubungan yang lebih setara dan terhindar dari objektifikasi perempuan. Oleh sebab itu, serial ini dapat membantu perempuan muda Jakarta keluar dari tekanan budaya patriarki dan *male gaze* dalam film Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, fenomena konsumsi serial *Boys Love Thailand* di kalangan perempuan muda Jakarta menjadi semakin menarik untuk dikaji mengingat konteks sosial Indonesia yang tidak sepenuhnya ramah terhadap konten semacam ini. Meskipun diminati oleh banyak perempuan muda, fenomena serial *Boys Love Thailand* masih banyak menuai pro kontra dari masyarakat. Mayoritas warga memandang identitas dan perilaku LGBT sebagai sesuatu yang dianggap menyimpang dari norma sosial dan moral.¹⁶ Tak hanya itu, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) juga melarang penyiaran tayangan yang mengandung LGBT (*Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender*) dalam layar kaca. KPI menyatakan tayangan LGBT melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program

¹⁶ Safinah. "Dinamika Gender dalam Kontroversi LGBT di Indonesia: Analisis Budaya, Agama, dan Kebijakan." *Harakat An-Nisa Jurnal Studi Gender dan Anak* 8, no. 1 (2023): 2.

Siaran (P3 & SPS) KPI tahun 2012.¹⁷ Penelitian-penelitian sebelumnya telah banyak mengkaji fenomena *Boys Love* dari berbagai sudut pandang, mulai dari motivasi penggemar, dinamika *fan culture*, hingga representasi gender dalam konten itu sendiri. Namun, sejauh ini belum ada penelitian yang secara spesifik mengukur seberapa jauh pengaruh budaya patriarki dan *male gaze* terhadap konsumsi serial *Boys Love* Thailand di kalangan perempuan muda Jakarta. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Budaya Patriarki dan *Male Gaze* terhadap Konsumsi Serial *Boys Love* Thailand di Kalangan Perempuan Muda Jakarta.”**

1.2 Permasalahan Penelitian

Fenomena pesatnya perkembangan serial *Boys Love* Thailand di kalangan perempuan muda Jakarta ternyata bukan hanya merupakan tren biasa, tetapi dapat menunjukkan dinamika sosial yang lebih luas. Fenomena ini dapat menunjukkan bagaimana perempuan merespon dominasi budaya patriarki dan *male gaze* dalam industri film Indonesia. Media seharusnya dapat menjadi sarana hiburan bagi perempuan, tetapi pada kenyataannya media turut kerap menghadirkan ketidaknyamanan bagi perempuan.

Berdasarkan penjabaran permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti merasa perlu menetapkan batasan penelitian agar fokus kajian menjadi lebih terarah dan memudahkan proses penelitian. Dengan demikian, permasalahan penelitian yang akan diteliti dalam studi ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh budaya patriarki terhadap konsumsi serial *Boys Love* Thailand di kalangan perempuan muda Jakarta?
2. Bagaimana pengaruh *male gaze* terhadap konsumsi serial *Boys Love* Thailand di kalangan perempuan muda Jakarta?

¹⁷ Komisi Penyiaran Indonesia. 2016. “KPI Larang Promosi LGBT di TV dan Radio.” KPI, February 12, 2016. <https://www.kpi.go.id/id/umum/38-dalam-negeri/33218-kpi-larang-promosi-lgbt-di-tv-dan-radio?detail5=20412> (Diakses pada 10 Januari 2026).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh budaya patriarki terhadap konsumsi serial *Boys Love Thailand* di kalangan perempuan muda Jakarta;
2. Untuk mendeskripsikan pengaruh *male gaze* terhadap konsumsi serial *Boys Love Thailand* di kalangan perempuan muda Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif serta bermanfaat bagi berbagai pihak yang terlibat. Adapun manfaat yang diharapkan dapat tercapai dari penelitian ini, yakni:

1. Manfaat Akademis
 - a. Bagi institusi pendidikan, penelitian ini diharapkan dapat berperan andil dalam bidang kajian Sosiologi Gender terkait perempuan, Sosiologi Kebudayaan terkait fenomena *fan culture*, dan Sosiologi Komunikasi;
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber rujukan dalam penyusunan tinjauan pustaka penelitian.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan yang lebih dalam kepada pelaku industri hiburan terkait perlunya kesetaraan gender dalam produksi media;
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan media informasi serta pengetahuan untuk masyarakat terkait dampak dari budaya patriarki dan *male gaze* dalam media.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Tinjauan penelitian sejenis merupakan kajian penelitian, meliputi artikel konseptual atau opini yang memberikan *framework* untuk merenungkan suatu topik.¹⁸ Dalam hal ini, peneliti mengkaji berbagai penelitian terdahulu yang bersangkutan dengan penelitian ini dengan judul "*Pengaruh Budaya Patriarki dan*

¹⁸ John W. Creswell & J. David Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th Edition) (Los Angeles: SAGE Publications, 2018): 70

Male Gaze terhadap Konsumsi Serial Boys Love Thailand di Kalangan Perempuan Muda Jakarta."

Penelitian pertama adalah penelitian oleh Putri Indah Ramadiani dan Atrup yang berjudul "*Maraknya Fujoshi di Kalangan Remaja Generasi Z Terhadap Kecanduan Genre Boy's Love (BxB) pada Media Online.*" Penelitian ini diterbitkan dalam Prosiding Konseling Kearifan Nusantara (KKN) pada tahun 2024. Penelitian ini mengungkapkan bahwa tingginya konsumsi konten *Boys Love* di kalangan remaja perempuan Generasi Z bukan sekadar hiburan semata, melainkan berkaitan erat dengan kebutuhan psikologis dan sosial yang lebih dalam, seperti pelarian dari tekanan sosial, pencarian identitas, dan pemenuhan kebutuhan afeksi yang tidak terpenuhi di dunia nyata.¹⁹

Penelitian kedua adalah penelitian oleh Millah Ananda Yunita yang berjudul "*Penonton Boys' Love: Ketertarikan, Respon, dan Orientasi Seksual.*" Penelitian ini diterbitkan dalam jurnal Emik pada tahun 2022. Penelitian ini menemukan bahwa ketertarikan perempuan terhadap *Boys Love* tidak semata-mata ditentukan oleh orientasi seksual penonton. Perempuan heteroseksual turut menikmati *Boys Love* karena genre ini menawarkan narasi romansa yang berbeda dari konten media arus utama, yakni narasi yang dinilai lebih bebas dari ketidakseimbangan kekuasaan gender serta stereotip patriarkal yang lazim ditemukan dalam konten hiburan konvensional.²⁰

Penelitian ketiga adalah penelitian oleh Putri Andam Dewi yang berjudul "*Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia.*" Penelitian ini diterbitkan dalam jurnal Lingua Cultura pada tahun 2012. Penelitian ini menemukan bahwa perempuan Indonesia tertarik pada *Boys Love* karena konstruksi identitas gender yang telah terbentuk sebelumnya. Perempuan melihat bagaimana *Boys Love* menggambarkan sosok pria ideal yang merefleksikan harapan-harapan gender yang

¹⁹ Putri Indah Ramadiani & Atrup. "Maraknya Fujoshi di Kalangan Remaja Generasi Z Terhadap Kecanduan Genre Boy's Love (BxB) pada Media Online." *Prosiding Konseling Kearifan Nusantara (KKN)* 3 (2024): 433-443, <https://doi.org/10.29407/1gzand46>.

²⁰ Millah Ananda Yunita. "Penonton Boys' Love: Ketertarikan, Respon, dan Orientasi Seksual." *Emik: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial* 5, no. 1 (2022): 47-62, <https://doi.org/10.46918/emik.v5i1.1219>.

mereka miliki, sekaligus menawarkan ruang aman bagi eksplorasi identitas di luar norma gender heteronormatif yang dominan di masyarakat.²¹

Penelitian keempat adalah penelitian oleh Agung Nugraha, Andi Alimuddin Unde, dan Jeanny Maria Fatimah yang berjudul "*Aca-Fans dan Komunitas Fujoshi di Indonesia: Sembilan Motif Konsumsi Konten Boys' Love.*" Penelitian ini diterbitkan dalam AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional pada tahun 2023. Penelitian ini mengidentifikasi sembilan motif yang mendorong perempuan Indonesia mengonsumsi konten *Boys Love*. Motif-motif tersebut dikelompokkan dalam tiga faktor utama: eskapisme dan hiburan, identifikasi karakter, dan motivasi sosial-komunitas. Temuan ini menegaskan bahwa konsumsi *Boys Love* berfungsi sebagai ruang eskapisme bagi perempuan yang mencari pelarian dari tekanan kehidupan sehari-hari.²²

Penelitian kelima adalah penelitian oleh Krismi Tariuni, Dahniar Th. Musa, dan Zakiah Hasan Gaffar yang berjudul "*Komunitas Fujoshi di Pontianak dan Stigma Identitas Gender yang Melekat dalam Lingkungan Masyarakat.*" Penelitian ini diterbitkan dalam Balale Jurnal Antropologi pada tahun 2022. Melalui pendekatan etnografi dan teori konstruksi sosial realitas Peter L. Berger, penelitian ini menemukan bahwa perempuan fujoshi di Pontianak memaknai konten *Boys Love* sebagai respons terhadap konstruksi sosial yang membatasi ekspresi gender mereka. *Boys Love* menjadi medium yang memungkinkan perempuan membebaskan diri dari konstruksi citra perempuan yang dibentuk oleh norma-norma sosial masyarakat sekitar.²³

Penelitian keenam adalah penelitian oleh Reni Andriani yang berjudul "Representasi Perempuan dalam Film Indonesia." Penelitian ini diterbitkan dalam Harakat An-Nisa: Jurnal Studi Gender dan Anak pada tahun 2024. Andriani menemukan bahwa representasi perempuan dalam film Indonesia masih didominasi oleh stereotip gender yang menempatkan perempuan dalam posisi subordinat.

²¹ Putri Andam Dewi. "Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia." *Lingua Cultura* 6, no. 2 (2012): 173–182, doi: 10.21512/lcv6i2.404.

²² Nugraha, A., Unde, A. A., & Fatimah, J. M. (2023). Aca-Fans dan Komunitas Fujoshi di Indonesia: Sembilan Motif Konsumsi Konten Boys' Love. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 5(2), 139-150. <https://doi.org/10.54783/jin.v5i2.736>

²³ Krismi Tariuni, Dahniar Th. Musa, & Zakiah Hasan Gaffar. "Komunitas Fujoshi di Pontianak dan Stigma Identitas Gender yang Melekat dalam Lingkungan Masyarakat." *Balale: Jurnal Antropologi* 3, no. 1 (2022): 1–16. <https://doi.org/10.26418/balale.v3i1.53041>

Perempuan secara konsisten digambarkan melalui lensa patriarkal sebagai objek visual, tokoh yang bergantung pada laki-laki, atau karakter dengan peran yang terbatas pada ranah domestik tanpa ruang yang memadai bagi narasi yang berpusat pada pengalaman dan subjektivitas perempuan itu sendiri.²⁴

Penelitian ketujuh adalah penelitian oleh Fajar Mahanani, Safa Aqilla, dan Salsabiela Aurelia yang berjudul “*Representasi Male Gaze terhadap Perempuan dalam Iklan Dot Dodo.*” Penelitian ini diterbitkan dalam Jurnal Audiens pada tahun 2023. Penelitian ini menemukan bahwa iklan televisi Indonesia secara konsisten mereproduksi *male gaze* melalui sudut kamera, pilihan busana, dan ekspresi tubuh perempuan. Perempuan diposisikan sebagai objek visual bagi penonton laki-laki, bukan sebagai subjek yang aktif dan berkuasa atas tubuh serta narasinya sendiri. Temuan ini mencerminkan dominasi budaya patriarki dalam industri periklanan Indonesia.²⁵

Penelitian kedelapan adalah penelitian oleh Diego Diego dan Annisa Annindya yang berjudul “*Gender dalam Program Variety Show: Tinjauan terhadap Representasi dan Isu-Isu Gender di Media Penyiaran Indonesia.*” Penelitian ini diterbitkan dalam Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS) Universitas Riau pada tahun 2025. Penelitian ini menelaah penggambaran gender di program acara varietas dalam televisi Indonesia dan menemukan bahwa konten penyiaran arus utama masih mereproduksi stereotip gender tradisional secara sistematis, mulai dari seksualisasi terhadap perempuan sebagai objek, lelucon yang bersifat seksis, hingga pemberian posisi perempuan dalam peran yang semata-mata bersifat emosional dan dekoratif.²⁶

Penelitian kesembilan adalah penelitian oleh Kholillul Rohman yang berjudul “*Representasi Perempuan dalam Iklan Komersial: Analisis Feminis pada Media Televisi.*” Penelitian ini diterbitkan dalam GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan (LKISPOL) pada tahun 2025. Penelitian ini

²⁴ Reni Andriani. “Representasi Perempuan dalam Film Indonesia.” *Harakat An-Nisa: Jurnal Studi Gender dan Anak* 9, no. 2 (2024): 63–70. <https://doi.org/10.30631/92.63-70>

²⁵ Fajar Mahanani, Safa Aqilla, & Salsabiela Aurelia. “Representasi Male Gaze terhadap Perempuan dalam Iklan Dot Dodo.” *Jurnal Audiens* 1, no. 2 (2023): 199–205. <https://doi.org/10.18196/ja.12024>

²⁶ Diego Diego & Annisa Annindya. “Gender dalam Program Variety Show: Tinjauan terhadap Representasi dan Isu-Isu Gender di Media Penyiaran Indonesia.” *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)* 14, no. 1 (2025): 60–71. <https://doi.org/10.35967/jkms.v14i1.7646>

menemukan bahwa iklan komersial di media televisi Indonesia secara konsisten menggambarkan perempuan melalui stereotip yang mendukung ideologi patriarki. Perempuan ditampilkan sebagai objek seksual, sebagai pihak yang memerlukan validasi laki-laki, atau sebagai sosok yang perannya terbatas pada tugas domestik. Representasi semacam ini berpotensi membentuk dan memperkuat persepsi negatif terhadap perempuan, sekaligus menciptakan rasa tidak nyaman bagi perempuan yang mengonsumsi konten tersebut.²⁷

Penelitian kesepuluh adalah penelitian oleh Anggit Febrianto dan Wening Udasromo yang berjudul “Representasi Perempuan sebagai Objek *Male Gaze* Pembaca: Telaah Kritis Karya Sastra Feminis Perempuan Indonesia.” Penelitian ini menemukan bahwa bahkan dalam teks-teks yang diproduksi oleh perempuan dengan agenda feminis pun, logika *male gaze* masih mewarnai cara tubuh dan pengalaman perempuan direpresentasikan. Hal ini menjadi bukti betapa dalamnya internalisasi tatapan patriarkal dalam praktik produksi media dan sastra di Indonesia.²⁸

Penelitian kesebelas adalah penelitian oleh Jiang Chang dan Hao Tian yang berjudul “*Girl Power in Boy Love: Yaoi, Online Female Counterculture, and Digital Feminism in China*” Penelitian ini diterbitkan dalam jurnal internasional *Feminist Media Studies* pada tahun 2020. Penelitian ini merupakan penelitian dalam jurnal internasional. Perempuan Tiongkok dalam penelitian ini menggunakan karya fiksi Yaoi (*Boys Love*) sebagai bentuk perlawanan budaya feminis terhadap norma gender patriarkal. Peneliti mengidentifikasi tiga strategi diskursif yang digunakan: idealisasi hubungan romantis yang egaliter, dekonstruksi norma gender heteronormatif melalui *female gaze*, dan imajinasi kekuasaan perempuan yang tidak tersedia dalam medium mainstream. *Boys Love* dengan

²⁷ Kholillul Rohman. “Representasi Perempuan dalam Iklan Komersial: Analisis Feminis pada Media Televisi.” *GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan (LKISPOL)* 12, no. 1 (2025): 1–9. <https://doi.org/10.56015/gjiklp.v12i1.483>

²⁸ Anggit Febrianto & Wening Udasromo. “Representasi Perempuan sebagai Objek Male Gaze Pembaca: Telaah Kritis Karya Sastra Feminis Perempuan Indonesia.” *Adabiyyāt: Jurnal Bahasa dan Sastra* 8, no. 1 (2024): 1–24. <https://doi.org/10.14421/ajbs.2024.080101>

demikian berfungsi sebagai bentuk “feminisme digital” bagi perempuan muda yang terjebak oleh tekanan patriarki.²⁹

Penelitian kedua belas adalah penelitian oleh Shuying Liang yang berjudul “*Chinese Female Desire, Gaze, and Identity Construction: A Case Study of Boys Love.*” Penelitian ini diterbitkan dalam *Asian Journal of Women's Studies* pada tahun 2022. Penelitian ini merupakan penelitian dalam jurnal internasional. Peneliti menemukan bahwa perempuan Tiongkok mengonstruksi hasrat, tatapan (*gaze*), dan identitas melalui konsumsi *Boys Love*. *Female gaze* dalam *Boys Love* berfungsi sebagai outlet simbolis bagi kesenangan perempuan yang selama ini direpresi oleh kontrol patriarkal. *Boys Love* menawarkan estetika alternatif yang menantang narasi romantis heteroseksual konvensional, sekaligus memberi ruang bagi perempuan untuk mengonsumsi media sebagai subjek yang aktif memandang, bukan objek yang dipandang.³⁰

Penelitian ketiga belas adalah penelitian oleh Amporn Jirattikorn yang berjudul “*Heterosexual Reading vs. Queering Thai Boys' Love Dramas among Chinese and Filipino Audiences.*” Penelitian ini diterbitkan dalam *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific* pada tahun 2023. Penelitian ini merupakan penelitian dalam jurnal internasional. Perempuan Cina dan Filipina dalam penelitian ini menunjukkan keterlibatan mereka dengan *Boys Love* Thailand sebagai bentuk perlawanan terhadap normativitas heteroseksual. Penelitian ini menemukan bahwa baik pembaca heteroseksual maupun *queer* menggunakan *Boys Love* sebagai medium untuk menegosiasikan posisi mereka di luar batas-batas identitas seksual dan gender yang dipaksakan oleh norma-norma sosial dominan di masing-masing konteks budaya mereka.³¹

Penelitian keempat belas adalah penelitian oleh Ryan Thorneycroft, Lucy Nicholas, dan Erika K. Smith yang berjudul “*Young People's Perspectives of the*

²⁹ Jiang Chang & Hao Tian. “Girl Power in Boy Love: Yaoi, Online Female Counterculture, and Digital Feminism in China.” *Feminist Media Studies* 21, no. 4 (2020): 604–620. <https://doi.org/10.1080/14680777.2020.1803942>

³⁰ Shuying Liang. “Chinese Female Desire, Gaze, and Identity Construction: A Case Study of Boys Love.” *Asian Journal of Women's Studies* 28, no. 3 (2022): 317–336. <https://doi.org/10.1080/12259276.2022.2098556>

³¹ Amporn Jirattikorn. “Heterosexual Reading vs. Queering Thai Boys' Love Dramas among Chinese and Filipino Audiences.” *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, no. 49 (2023). <https://doi.org/10.25911/R1B3-1K82>

'Male Gaze' and Matters of Representation in Online Pornography.” Penelitian ini diterbitkan dalam *Australian Feminist Studies* pada tahun 2025. Penelitian ini merupakan penelitian dalam jurnal internasional. Penelitian ini menemukan bahwa anak muda, khususnya perempuan, secara kritis menyadari kehadiran *male gaze* dalam pornografi online dan merasakannya sebagai sesuatu yang mengasingkan pengalaman seksual mereka. Kesadaran akan *male gaze* ini mendorong mereka untuk mengeksplorasi konten media alternatif yang lebih merepresentasikan perspektif dan kesenangan perempuan, alih-alih sekadar melayani tatapan maskulin.³²

Penelitian kelima belas adalah penelitian oleh Iffat Ali Aksar, Amira Firdaus, dan Jiankun Gong yang berjudul *“Examining the Impacts of Social Media on the Psychological Well-Being in a Patriarchal Culture: A Study of Women in Pakistan.”* Penelitian ini diterbitkan dalam *Online Information Review* pada tahun 2023. Penelitian ini merupakan penelitian dalam jurnal internasional. Penelitian ini menemukan bahwa budaya patriarki secara signifikan memengaruhi kesejahteraan psikologis perempuan dalam interaksi mereka dengan media sosial. Tekanan patriarkal mendorong perempuan untuk mencari ruang-ruang digital alternatif sebagai bentuk pelarian (*escapism*) dari norma-norma sosial yang membatasi kebebasan ekspresi dan aktualisasi diri mereka.³³

³² Ryan Thorneycroft, Lucy Nicholas, & Erika K. Smith. “Young People's Perspectives of the 'Male Gaze' and Matters of Representation in Online Pornography.” *Australian Feminist Studies* 39, no. 122 (2025): 442–457. <https://doi.org/10.1080/08164649.2025.2498648>

³³ Iffat Ali Aksar, Amira Firdaus, & Jiankun Gong. “Examining the Impacts of Social Media on the Psychological Well-Being in a Patriarchal Culture: A Study of Women in Pakistan.” *Online Information Review* 48, no. 2 (2023): 294–313. <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2022-0057>

Tabel 1. 1 Tinjauan Penelitian Sejenis

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
Jurnal Nasional					
1	Penulis: Putri Indah Ramadiani dan Atrup Judul: Maraknya Fujoshi di Kalangan Remaja Generasi Z Terhadap Kecanduan Genre Boy's Love (BxB) pada Media Online Tahun: 2024 Nama Jurnal: Prosiding Konseling Kearifan Nusantara (KKN) Alamat: https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/kkn/article/view/4468	Kualitatif		Keduanya sama-sama menjadikan perempuan muda penggemar <i>Boys Love</i> di Indonesia sebagai subjek utama dan mengakui bahwa konsumsi <i>Boys Love</i> bukan sekadar hiburan biasa, melainkan berhubungan dengan kebutuhan psikologis dan sosial yang lebih dalam.	Perbedaan dalam kedua penelitian ini adalah peneliti sebelumnya memakai pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian ini memanfaatkan metode kuantitatif. Penelitian sebelumnya mencoba menjelaskan apa yang terjadi pada perempuan setelah kecanduan <i>Boys Love</i> , sementara penelitian ini berusaha menjelaskan mengapa perempuan muda memilih <i>Boys Love</i> .
2	Penulis: Millah Ananda Yunita Judul:	Kualitatif		Keduanya sama-sama mengkaji motivasi dan ketertarikan perempuan menonton <i>Boys Love</i> dengan melihat bagaimana	Penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi dan melihat <i>Boys Love</i> dari sudut

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
	Penonton Boys' Love: Ketertarikan, Respon, dan Orientasi Seksual Tahun: 2022 Nama Jurnal: Emik Alamat: https://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/view/1219			<i>Boys Love</i> menawarkan narasi yang berbeda dari media arus utama.	pandang orientasi seksual penonton. Sedangkan penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif melalui metode survey untuk melihat pengaruh budaya patriarki dan <i>male gaze</i>.
3	Penulis: Putri Andam Dewi Judul: Komunitas Fujoshi di Kalangan Perempuan Indonesia Tahun: 2012 Nama Jurnal: Lingua Cultura Alamat: https://www.researchgate.net/publication/304427312	<i>Cultural Studies</i>	Konsep <i>gender performativity</i> oleh Judith Butler	Keduanya sama-sama mengkaji motivasi dan ketertarikan perempuan menonton <i>Boys Love</i> karena konstruksi identitas gender yang sudah terbentuk sebelumnya. Perempuan melihat bagaimana <i>Boys Love</i> menggambarkan sosok pria ideal yang diharapkan oleh perempuan.	Penelitian sebelumnya dilakukan dengan memanfaatkan pendekatan <i>cultural studies</i> untuk mengkaji terbentuknya komunitas penggemar <i>Boys Love</i> pada perempuan Indonesia. Sedangkan, penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif untuk mengkaji seberapa jauh pengaruh budaya patriarki dan <i>male gaze</i> terhadap konsumsi serial

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
					<i>Boys Love</i> Thailand oleh perempuan.
4	Penulis: Agung Nugraha, Andi Alimuddin Unde, dan Jeanny Maria Fatimah Judul: Aca-Fans dan Komunitas Fujoshi di Indonesia: Sembilan Motif Konsumsi Konten Boys' Love Tahun: 2023 Nama Jurnal: AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional Alamat: https://doi.org/10.54783/jin.v5i2.736	Kualitatif	<i>Yaoi Consumption Motives Questionnaire (YCMQ)</i> .	Sama-sama membahas motif perempuan mengonsumsi <i>Boys Love</i> sebagai ruang eskapisme.	Penelitian sebelumnya menggunakan instrumen YCMQ (<i>Yaoi Consumption Motives Questionnaire</i>) dengan 10 informan <i>aca-fans</i> secara kualitatif. Sedangkan, penelitian mencoba mengkaji dengan teori <i>uses and gratification</i> .
5	Penulis: Krismi Tariuni, Dahniar Th. Musa, dan Zakiah Hasan Gaffar Judul:	Etnografi	Teori konstruksi sosial realitas oleh Peter L. Berger	Persamaan kedua penelitian ini, yaitu menyoroti bagaimana perempuan memaknai konten <i>Boys Love</i> sebagai respons terhadap konstruksi sosial.	Penelitian sebelumnya menggunakan metode etnografi dan teori konstruksi sosial untuk melihat Komunitas Fujoshi di Pontianak dan stigma identitas gender

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
	Komunitas Fujoshi di Pontianak dan Stigma Identitas Gender yang Melekat dalam Lingkungan Masyarakat Tahun: 2022 Nama Jurnal: Balale Jurnal Antropologi Alamat: https://jurnal.untan.ac.id/index.php/BALELE/article/view/53041			Keduanya sama-sama melihat bagaimana perempuan menggunakan <i>Boys Love</i> untuk membebaskan diri dari konstruksi citra perempuan.	yang tertanam dalam kehidupan masyarakat. Sedangkan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui hubungan antara budaya patriarki, <i>male gaze</i>, dan konsumsi <i>boys' love</i>.
6	Penulis: Reni Andriani Judul: Representasi Perempuan dalam Film Indonesia Tahun: 2024 Nama Jurnal: Harakat An-Nisa: Jurnal Studi Gender dan Anak Alamat:	Kualitatif	Kesetaraan dan representasi gender.	Persamaan dalam kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas representasi perempuan dalam media yang masih didominasi oleh stereotip gender.	Penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif untuk mengkaji penggambaran perempuan dalam media. Sedangkan, peneliti menggunakan metode kuantitatif untuk melihat pengaruh penggambaran perempuan dalam media yang masih didominasi oleh budaya patriarki dan <i>male gaze</i>.

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
	https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/an-Nisa/article/view/2604				
7	Penulis: Fajar Mahanani, Safa Aqilla, dan Salsabiela Aurelia Judul: Representasi Male Gaze terhadap Perempuan dalam Iklan Dot Dodo Tahun: 2023 Nama Jurnal: Jurnal Audiens Alamat: https://journalaudiens.umsida.ac.id/index.php/ja/article/view/154	Kualitatif	Semiotika oleh Roland Barthes	Kedua penelitian ini sama-sama mengkaji konsep <i>male gaze</i> sebagai bentuk representasi patriarkal dalam media Indonesia.	Perbedaan dalam kedua penelitian ini adalah peneliti sebelumnya memakai pendekatan kualitatif dan tidak mengkaitkan <i>male gaze</i> dan fenomena serial <i>Boys Love Thailand</i> . Sedangkan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.
8	Penulis: Diego Diego dan Annisa Annindya Judul:	Kualitatif	Kesetaraan gender	Sama-sama mengkaji representasi gender dan <i>male gaze</i> dalam media Indonesia	Penelitian sebelumnya hanya berfokus pada isi media. Sedangkan, penelitian ini mencoba mengkaji respon dan pengaruh dari isi media

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
	Gender dalam Program Variety Show: Tinjauan terhadap Representasi dan Isu-Isu Gender di Media Penyiaran Indonesia Tahun: 2025 Nama Jurnal: Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS), Universitas Riau Alamat: https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7646				tersebut oleh penonton perempuan.
9	Penulis: Kholillul Rohman Judul: Representasi Perempuan dalam Iklan Komersial: Analisis Feminis pada Media Televisi Tahun: 2025 Nama Jurnal:	<i>Library research</i>	Analisis feminis	Kedua penelitian ini sama-sama mengkaji representasi perempuan dalam media Indonesia.	Penelitian sebelumnya hanya berfokus pada menjelaskan penggambaran perempuan dalam media. Sedangkan, penelitian ini mencoba mengkaji pengaruh penggambaran perempuan dalam media terhadap perempuan muda.

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
	GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan (LKISPOL) Alamat: http://governance.lkispol.or.id/index.php/description/article/view/483				
10	Penulis: Anggit Febrianto dan Wening Udasmoro Judul: Representasi Perempuan sebagai Objek Male Gaze Pembaca: Telaah Kritis Karya Sastra Feminis Perempuan Indonesia Tahun: 2024 Nama Jurnal: Adabiyyāt: Jurnal Bahasa dan Sastra Alamat:	Kualitatif	<i>Male gaze</i>	Kedua penelitian ini memiliki kesamaan, yakni sama-sama mengkaji konsistensi media dalam menempatkan perempuan sebagai objek <i>male gaze</i> audiens.	Perbedaan kedua penelitian ini adalah peneliti sebelumnya menggunakan metode kualitatif tanpa mencari pengaruh dari berbagai variabel. Sedangkan, penelitian ini memakai metode kuantitatif untuk memahami seberapa jauh pengaruh <i>male gaze</i> terhadap konsumsi <i>Boys Love</i> Thailand.

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
	https://ejournal.uin-suka.ac.id/adab/Adabiyyat/article/view/2817				
Jurnal Internasional					
11	Penulis: Jiang Chang dan Hao Tian Judul: <i>Girl Power in Boy Love: Yaoi, Online Female Counterculture, and Digital Feminism in China</i> Tahun: 2020 Nama Jurnal: Feminist Media Studies Alamat: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14680777.2020.1803942	Kualitatif	Feminisme digital	Kedua penelitian ini sama-sama mengkaji perempuan yang memakai <i>Boys Love</i> sebagai bentuk resistensi terhadap norma patriarkal.	Perbedaan penelitian ini adalah subjek dalam penelitian sebelumnya adalah penulis cerita <i>Boys Love</i> . Sedangkan, subjek dalam penelitian ini adalah perempuan muda yang mengonsumsi <i>Boys Love</i> .
12	Penulis: Shuying Liang Judul: <i>Chinese Female Desire, Gaze, and Identity</i>	Kualitatif	Habitus oleh Bourdieu dan konsep hasrat oleh Deleuze.	Kedua penelitian ini sama-sama mengkaji konsumsi <i>Boys Love</i> oleh perempuan untuk memenuhi kebutuhan emosional.	Penelitian sebelumnya memakai pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif.

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
	Construction: A Case Study of Boys Love Tahun: 2022 Nama Jurnal: Asian Journal of Women's Studies Alamat: https://doi.org/10.1080/12259276.2022.2098556				
13	Penulis: Amporn Jirattikorn Judul: <i>Heterosexual Reading vs. Queering Thai Boys' Love Dramas among Chinese and Filipino Audiences</i> Tahun: 2023 Nama Jurnal: Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific Alamat:	Kualitatif	<i>Boys' love</i> dan <i>queer</i>	Persamaan dalam kedua penelitian ini adalah menunjukkan keterlibatan perempuan dengan <i>Boys Love</i> untuk keluar dari heteronormative.	Yang membedakan kedua penelitian ini adalah sebelumnya menggunakan pendekatan kualitatif untuk membandingkan antara pembaca heteroseksual dan <i>queer</i> . Sedangkan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh <i>male gaze</i> terhadap konsumsi <i>Boys Love Thailand</i> .

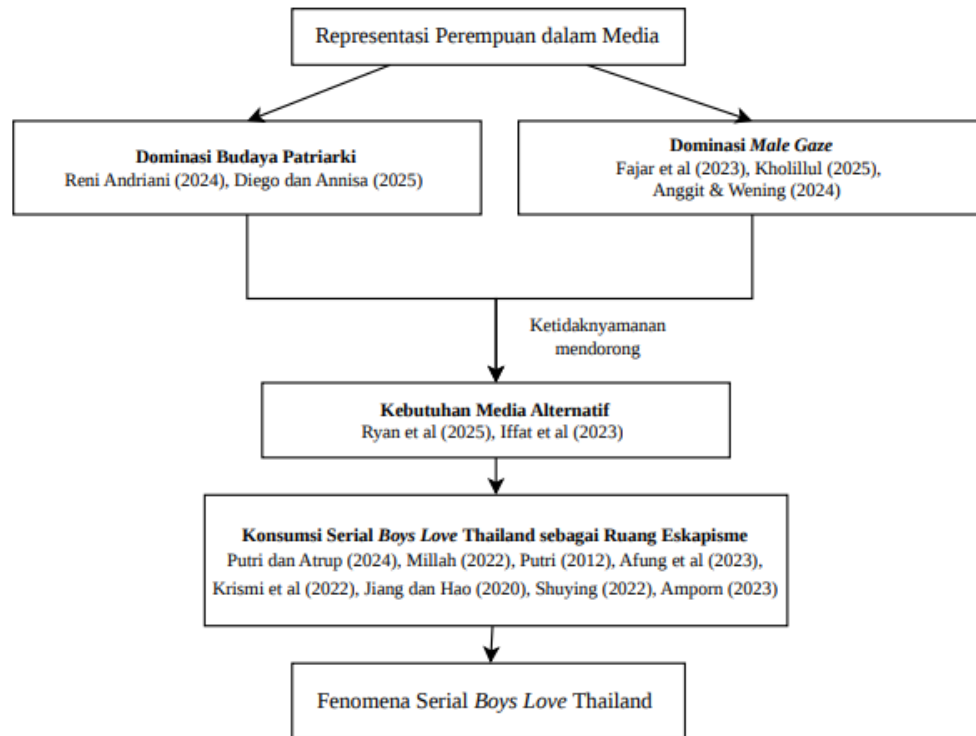
No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
	http://intersections.anu.edu.au/issue49/amporn.html				
14	Penulis: Ryan Thorneycroft, Lucy Nicholas, dan Erika K. Smith Judul: Young People's Perspectives of the 'Male Gaze' and Matters of Representation in Online Pornography Tahun: 2025 Nama Jurnal: Australian Feminist Studies Alamat: https://doi.org/10.1080/08164649.2025.2498648	Kualitatif	<i>Male gaze</i>	Sama-sama mengkaji bahwa <i>male gaze</i> mendorong perempuan untuk mengeksplorasi media alternatif.	Penelitian sebelumnya mengkaji pornografi online sebagai arena male gaze, sementara penelitian ini mengkaji film sebagai arena male gaze.
15	Penulis: Iffat Ali Aksar, Amira Firdaus, dan Jiankun Gong Judul: Examining the impacts of social media on the psychological well-being in	Mixed method	Structural equation modelling	Sama-sama menunjukkan bahwa budaya patriarki mendorong kebutuhan untuk mencari media alternatif sebagai pelarian (<i>escapism</i>).	Objek penelitian sebelumnya adalah media sosial. Sedangkan penelitian ini adalah serial <i>Boys Love Thailand</i> .

No	Identitas	Metodologi	Teori/ Konsep	Persamaan	Perbedaan
	a patriarchal culture: a study of women in Pakistan Tahun: 2023 Nama Jurnal: Online Information Review Alamat: https://doi.org/10.1108/OIR-01-2022-0057				

Sumber: Olahan Peneliti, 2025



Skema 1. 1 Tinjauan Penelitian Sejenis



Sumber: Olahan Peneliti, 2025.

1.6 Kerangka Konseptual

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif yang terdiri atas dua variabel, yaitu Variabel X dan Variabel Y. Variabel X dalam kajian ini meliputi budaya patriarki dan *male gaze*, sedangkan Variabel Y-nya adalah konsumsi serial *Boys Love* Thailand.

1.6.1 *Uses and Gratification*

Pada 1974, Elihu Katz mengenalkan teori *uses and gratification* dalam karyanya yang memiliki judul “*The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research.*” Teori *uses and gratifications* relevan dalam penelitian ini karena pendekatan ini berusaha untuk memahami bagaimana audiens terlibat dengan media bukan hanya sebagai penerima pasif yang terkena dampak media, tetapi sebagai individu aktif yang memiliki pengalaman, kebutuhan, dan sudut pandang masing-masing. Teori ini mempertimbangkan dorongan-dorongan tertentu dari motivasi

audiens yang mendasari sebagian besar penggunaan media massa, mungkin dapat memfasilitasi proses-proses pengaruh tertentu.³⁴

Menurut Katz dan Blumler, kondisi sosial dan psikologis seseorang dapat mendorong hadirnya kebutuhan, sehingga akan muncul keinginan-keinginan yang ditujukan pada media massa atau sumber-sumber lain. Hal ini akan memengaruhi pola penggunaan media setiap individu dan pada akhirnya memberikan pemuasan apa yang ia butuhkan dan konsekuensi lainnya.³⁵ Individu menggunakan media sebagai sarana untuk merealisasikan harapan-harapan tertentu, serta secara sadar memilih jenis media dan konten yang dikonsumsi demi memuaskan kebutuhan tersebut.³⁶ Individu akan mengeksplorasi dan memanfaatkan sumber media yang paling mampu memenuhi kebutuhannya. Dengan begitu, individu mempunyai pilihan lain dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Teori *Uses and Gratifications* dipakai guna mengidentifikasi motif dan tingkat kepuasan pengguna media, yang dikenal sebagai *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). *Gratification Sought* merujuk pada bentuk kepuasan yang diharapkan atau diinginkan individu saat memilih untuk mengakses media tertentu, termasuk alasan atau dorongan yang melatarbelakangi konsumsi media tersebut. Sementara itu, *Gratification Obtained* menggambarkan kepuasan aktual yang dirasakan setelah seseorang menggunakan media tersebut.³⁷ Terdapat empat alasan audiens menggunakan media, yaitu:

1. Pengalihan, yakni penggunaan media sebagai sarana untuk melepaskan diri dari aktivitas sehari-hari.
2. Hubungan personal, yakni kondisi ketika media dimanfaatkan sebagai pengganti atau pelengkap relasi pertemanan.
3. Identitas personal, yaitu fungsi media dalam membantu individu meneguhkan nilai, sikap, dan jati diri pribadi.

³⁴ Jay G. Blumler, op. cit., p. 9.

³⁵ Humazi. op. cit., p. 9

³⁶ Ido Prijana Hadi, Megawati Wahjudianata, & Inri Inggrit Indrayani, *Komunikasi Massa*. (Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2020), p. 119.

³⁷ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009).

4. Pengawasan, yakni peran media dalam menyediakan informasi yang membantu individu memahami situasi dan mendukung pencapaian tujuan tertentu.

1.6.2 Serial *Boys Love* Thailand

Serial *Boys Love* Thailand merupakan salah satu cerita fiksi yang mengisahkan kehidupan romantis dua laki-laki homoseksual atau *gay*. Kisah yang diangkat dalam *Boys Love* dibuat menarik dengan mengangkat latar belakang dan karakter yang beragam, mulai dari pelajar hingga pekerja, yang digambarkan sedang menjalani dinamika hubungan romantis mereka. *Boys Love* telah menjadi bagian dari budaya populer Jepang sejak dekade 1970-an yang berakar dari manga atau komik.

Ketertarikan perempuan terhadap *Boys Love* dapat dilihat sebagai bentuk perlawanan terhadap dominasi sistem budaya patriarki dalam masyarakat Jepang.³⁸ Hadirnya komik *Boys Love* pada era 1970-an menjadi ruang alternatif yang memungkinkan penulis dan pembaca mengekspresikan diri di luar batasan norma heteroseksual, baik dalam hal identitas maupun eksplorasi seksual perempuan.³⁹ Dengan begitu, *Boys Love* dapat dimaknai sebagai genre cerita yang mengangkat hubungan romantis antara sesama laki-laki sebagai wujud bentuk resistensi terhadap budaya patriarki.

1.6.3 Perempuan Muda

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah “*perempuan*” mengacu pada manusia yang memiliki ciri-ciri biologis tertentu, seperti mengalami menstruasi, kehamilan, dan kemampuan untuk melahirkan.⁴⁰ Perempuan adalah individu yang secara biologis memiliki organ reproduksi seperti vagina, serta memiliki kemampuan untuk mengalami menstruasi, hamil, melahirkan, dan menyusui. Walaupun istilah “*perempuan*” dan “*wanita*” kerap digunakan secara bergantian, keduanya memiliki

³⁸ Mark J. McLelland. “The Love Between ‘Beautiful Boys’ in Japanese Women’s Comics” *Journal of Gender Studies* 9, no. 1 (2000): 13-25. <https://doi.org/10.1080/095892300102425>

³⁹ James Welker. “Beautiful, Borrowed, and Bent: “Boys’ Love” as Girls’ Love in *Shôjo Manga*.” *Journal of Women in Culture and Society* 31, no. 3 (2006): 841-870. <https://doi.org/10.1086/498987>

⁴⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (Online). <https://kbbi.web.id/perempuan>. (Diakses pada 2 Juli 2025)

perbedaan makna dan konotasi yang dipengaruhi oleh kondisi sosial dan budaya. Kata “wanita” yang berasal dari bahasa Sanskerta sering diasosiasikan dengan objek seksual atau hasrat, sedangkan “perempuan” lebih dimaknai sebagai subjek yang memiliki kapasitas untuk bertindak dan melakukan perlawanan, sehingga merepresentasikan simbol perjuangan. Hal ini tercermin dalam Kongres Perempuan Pertama tahun 1928 yang menggunakan kata “perempuan” untuk perlawanan terhadap ketidakadilan dan ketimpangan gender.⁴¹

Secara umum, pemuda dipahami sebagai fase peralihan dari periode kanak-kanak menuju periode dewasa. Pemuda adalah Warga Negara Indonesia yang memasuki masa penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun.⁴² Pemuda diartikan sebagai kelompok manusia yang telah sampai pada akhir periode pubertas, tetapi belum mendapatkan hak dan kewajiban penuh sebagai orang dewasa.⁴³ Pemuda ialah seseorang dengan karakteristik khas, seperti sikap revolusioner, optimis, berpikiran progresif, serta memiliki nilai moral yang diwujudkan melalui semangat muda untuk mendorong bangsa ke arah yang lebih baik. Pemuda memiliki peran penting dalam kehidupan berbangsa, karena sepanjang sejarah, pemuda selalu menjadi penopang sekaligus penggerak utama perubahan sosial dalam upaya mencapai kemajuan bangsa.⁴⁴

1.6.4 Budaya Patriarki

Budaya patriarki merupakan struktur sosial beserta praktiknya yang memungkinkan laki-laki untuk menguasai, mengendalikan, dan memanfaatkan perempuan demi kepentingan mereka sendiri. Walby membagi budaya patriarki menjadi dua jenis, yaitu patriarki privat dan patriarki publik. Patriarki privat melihat bagaimana produksi rumah tangga menjadi arena utama penindasan perempuan.⁴⁵

⁴¹ Misbahul Munir & Furziah. (2022). “Eksistensi Perempuan dalam Realitas Historis Islam.” *NOURA: Jurnal Kajian Gender dan Anak* 6, no. 2.

⁴² Pemerintah Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan* (Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2009).

⁴³ Friedmann, F. G, *Youth and Society*. (Toronto: The Macmillan Press, 1971), p.9

⁴⁴ Munadhil Abdul Muqsih. “Pemuda, Globalisasi dan Perubahan Sosial.” *Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan* 3, no. 4 (2019): 19 – 25.

⁴⁵ Walby, op. cit., p. 268

Dalam patriarki privat, laki-laki berperan sebagai suami atau ayah yang secara langsung mendapatkan keuntungan pribadi dari posisi perempuan yang lebih rendah.

Sementara itu, dalam patriarki publik, perempuan memang memiliki kesempatan untuk terlibat dalam ranah publik maupun privat. Namun, meskipun mereka tidak dilarang hadir di ruang-ruang publik, posisi mereka tetap berada dalam keadaan subordinat atau lebih rendah dibandingkan laki-laki.⁴⁶ Walby mengidentifikasi adanya enam indikator budaya patriarki, yaitu:

1. Relasi produksi patriarki di dalam keluarga, melihat ibu rumah tangga dipandang sebagai pihak yang memproduksi, sementara suami dipandang sebagai pihak pengambil alih.
2. Relasi patriarki dalam pekerjaan dengan upah, menghalangi perempuan masuk ke dalam profesi yang lebih baik dan menganggap mereka kurang terampil.
3. Relasi patriarki dalam negara, negara memiliki bias sistematis terhadap kepentingan budaya patriarki seperti yang terlihat dalam kebijakan-kebijakan dan tindakan-tindakannya.
4. Kekerasan laki-laki, kekerasan merupakan tempat terakhir bagi masyarakat untuk melihat contoh khas pola relasi sosial antara laki-laki dan perempuan.
5. Relasi patriarki dalam seksualitas, perempuan diakritik karena melakukan bentuk perbuatan seksual yang tidak dianggap bermasalah bagi laki-laki.
6. Relasi patriarki dalam budaya, lembaga budaya membangun gagasan budaya feminitas dan maskulinitas.

1.6.5 *Male Gaze*

Laura Mulvey mengemukakan konsep *male gaze* dalam jurnalnya yang berjudul "*Visual Pleasure and Narrative Cinema*" pada tahun 1975. Mulvey menggunakan teori psikoanalisis untuk melihat bagaimana film-film arus utama memikat penonton. Menurut Mulvey, dalam dunia yang dikonstruksi oleh ketidakadilan gender, kenikmatan dalam melihat telah terbagi antara laki-laki menjadi pihak aktif yang

⁴⁶ Ibid

melihat dan perempuan menjadi pihak pasif yang dilihat. *Male gaze* membentuk bayangan atau fantasi laki-laki terhadap tubuh perempuan. Dengan kata lain, laki-laki memproyeksikan keinginannya pada sosok perempuan.

Perempuan diproyeksikan menjadi objek yang dilihat dan dipertontonkan. Laura Mulvey dalam teori ini menunjukkan bahwa citra perempuan di atas panggung telah dikonstruksi oleh laki-laki. Perempuan yang ditampilkan di layar memiliki dua fungsi, yaitu sebagai objek sensual bagi karakter di dalam cerita layar dan sebagai objek erotis bagi penonton. Penampilan mereka dirancang secara visual dan seksual agar memiliki dampak kuat, sehingga perempuan melambangkan “untuk dilihat.” Perempuan berperan untuk menarik perhatian visual, menyambut tatapan laki-laki, dan mewakili hasrat laki-laki.⁴⁷

Sebagai sebuah sistem representasi yang progresif, sinema memunculkan sejumlah pertanyaan tentang bagaimana alam bawah sadar (yang dibentuk oleh aturan-aturan dominan) membentuk cara kita melihat dan kenikmatan dalam melihat. Namun, lanskap sinema telah berubah drastis. Kemajuan teknologi memungkinkan seniman individu atau kelompok kecil untuk memproduksi film. Mulvey melihat pergeseran ini membuka jalan bagi sinema alternatif untuk berkembang.⁴⁸ Sinema alternatif merupakan sinema yang secara politik dan estetika menentang asumsi-asumsi dasar film arus utama. Sinema alternatif membuka ruang bagi representasi yang lebih radikal dan membebaskan, termasuk dalam menggambarkan pengalaman perempuan di luar kontrol ideologis masyarakat dominan.

Dalam penelitian ini, *male gaze* diukur dengan melihat kode-kode sosial yang telah terbentuk dalam televisi. John Fiske membagi kode-kode tersebut ke dalam tiga level, yakni:

1. Level realitas, yang terdiri dari penampilan, kostum, riasan, latar, perilaku, cara bicara, bahasa tubuh, ekspresi, suara, dan sebagainya. Unsur-unsur ini dikodekan secara elektronik menggunakan kode-kode teknis.

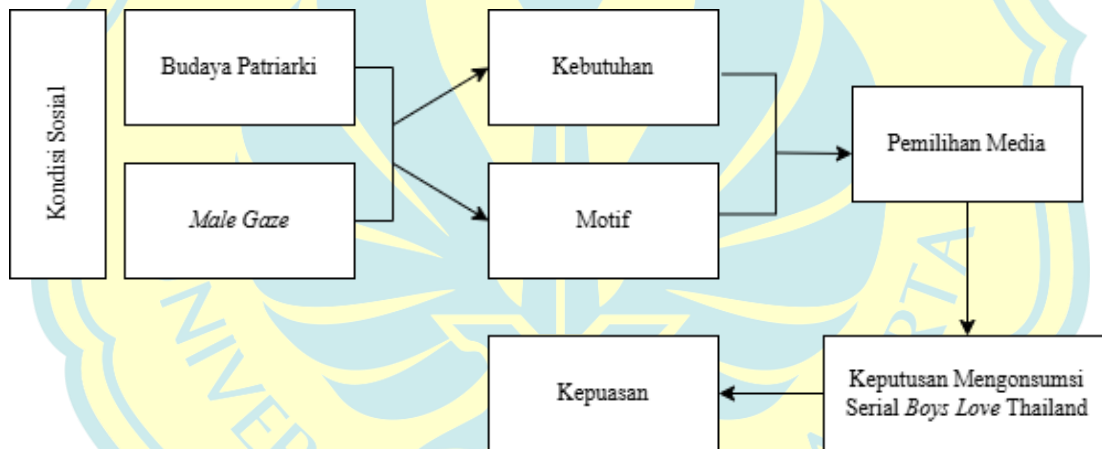
⁴⁷ Laura Mulvey. op. cit., p. 11

⁴⁸ Ibid, p. 7

2. Level representasi, terlihat dalam kamera, pencahayaan, penyuntingan, musik, dan suara yang menyampaikan kode-kode representasi konvensional dan membentuk penggambaran konflik, karakter, aksi, dialog, latar, pemilihan pemain, dan sebagainya.
3. Level ideologi, disusun kepada penerima hubungan sosial melalui kerangka ideologis seperti individualisme, feminisme, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan lain-lain.

Fiske melihat kode-kode yang dipakai pada acara televisi tersebut saling berhubungan yang pada akhirnya akan membentuk sebuah makna.⁴⁹

Skema 1. 2 Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan Peneliti, 2025

1.7 Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, hipotesis digunakan untuk membentuk dan memfokuskan tujuan penelitian. Hipotesis ialah dugaan yang dirancang peneliti terkait hasil yang diinginkan dari hubungan antar variabel.⁵⁰ Dengan begitu, hipotesis ialah prediksi sementara atas rumusan permasalahan dalam penelitian yang telah disusun kedalam bentuk pertanyaan.

⁴⁹ John Fiske. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif* (Idi Subandi Ibrahim, Yosai Iriyanto & Array, Trans). (Yogyakarta: Jalasutra, 2007) p. 66-67

⁵⁰ Creswell, op. cit., p. 195

Guna menguji kebenaran pada penelitian ini, peneliti mengajukan dua jenis hipotesis, yaitu hipotesis nol (H_0) serta hipotesis alternatif (H_a). Penjelasan mengenai hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada kerangka berpikir penulis, dengan uraian sebagai berikut:

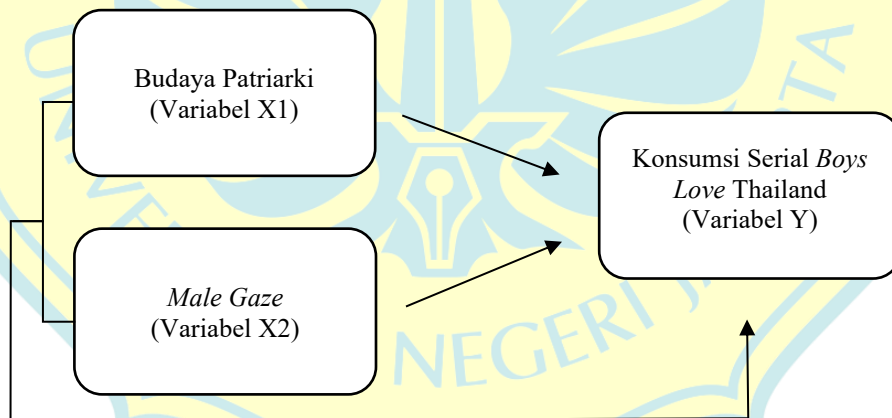
H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya patriarki dan *male gaze* terhadap konsumsi serial *Boys Love Thailand* di kalangan perempuan muda Jakarta.

H_1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya patriarki terhadap konsumsi serial *Boys Love Thailand* di kalangan perempuan muda Jakarta.

H_2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *male gaze* terhadap konsumsi serial *Boys Love Thailand* di kalangan perempuan muda Jakarta.

H_3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara budaya patriarki dan *male gaze* terhadap konsumsi serial *Boys Love Thailand* di kalangan perempuan muda Jakarta.

Skema 1. 3 Hubungan Antar Variabel



Sumber: Olahan Peneliti, 2025

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah rangkaian proses terdiri atas pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, serta pemberian interpretasi yang diselaraskan dengan tujuan penelitian. Metode penelitian digunakan untuk menghasilkan data dan ditentukan berdasarkan tujuan dan manfaat penelitian.

1.8.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif mengumpulkan data penelitian dalam bentuk angka-angka yang kemudian dianalisis dengan carastatistik. Peneliti yang menggunakan pendekatan kuantitatif cenderung melihat hubungan antar variabel dalam bentuk hubungan sebab-akibat (kausal). Oleh karena itu, dalam penelitian jenis ini terdapat variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Fokus utama dari penelitian ini adalah guna mengkaji seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁵¹ Penelitian ini ingin melihat pengaruh budaya patriarki dan *male gaze* terhadap konsumsi serial *Boys Love Thailand* di kalangan perempuan muda Jakarta.

Metode survey dipilih untuk memperoleh data dari responden dalam penelitian ini yang kemudian dilengkapi dengan wawancara terstruktur untuk memperkuat hasil penelitian. Metode survey dipakai guna memperoleh data dari suatu tempat yang alamiah, akan tetapi dalam pengumpulan datanya terdapat perlakuan dari sang peneliti, seperti dengan menyebarkan kuesioner, wawancara terstruktur, atau lainnya.⁵² Dalam penghimpunan data, peneliti memanfaatkan kuesioner tertutup yang didistribusikan melalui platform *Google Form*. Sedangkan, proses wawancara dilaksanakan secara daring melalui Zoom Meeting dengan menggunakan pertanyaan terstruktur.

1.8.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di DKI Jakarta. Maraknya fenomena serial *Boys Love Thailand* di Indonesia menjadi salah satu hasil dari pesatnya perkembangan teknologi yang ada.⁵³ DKI Jakarta dijadikan sebagai lokasi penelitian didasarkan pada posisinya yang merupakan wilayah dengan tingkat konektivitas internet yang tertinggi di Indonesia, sehingga memungkinkan akses cepat dan stabil terhadap berbagai platform digital seperti media sosial, situs *streaming*, maupun forum daring.⁵⁴ Media

⁵¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2019) p.21

⁵² *Ibid.* hlm. 15

⁵³ Aslita Sari & Yusmar Yusuf. "Fenomena Terbentuknya Komunitas Online Penggemar Drama Boys Love Thailand di Aplikasi Whatsapp Group (WAG) Raikan." *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development* 7, no. 3 (2025): 2072

⁵⁴ Yonatan, loc. cit

sosial menjadi sumber penggemar *Boys Love* memperoleh serial *Boys Love Thailand*.⁵⁵ Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2025 - April 2026.

1.8.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek dengan jumlah serta ciri tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti guna dipahami untuk diambil kesimpulan berdasarkan hasil pengamatannya.⁵⁶ Populasi pada penelitian ini mencakup seluruh perempuan muda Jakarta yang aktif mengonsumsi serial *Boys Love Thailand*.

Sampel ialah bagian dari populasi yang mencerminkan ciri dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan memakai teknik *nonprobability* karena populasi tidak diketahui jumlahnya. *Nonprobability sampling* ialah cara penarikan sampel dimana tidak semua elemen atau anggota populasi diberikan kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel.⁵⁷ Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana peneliti menentukan sampel dengan menetapkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan sampel mampu memberikan jawaban terkait permasalahan yang sedang diteliti. Adapun kriteria yang dibutuhkan ialah sebagai berikut:

1. Perempuan muda berusia 16-30 tahun;
2. Berdomisili di DKI Jakarta;
3. Aktif mengonsumsi serial *Boys Love Thailand* minimal sekali dalam seminggu dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

Kriteria ditentukan berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa serial *Boys Love Thailand* memiliki popularitas yang tinggi di kalangan perempuan muda, khususnya mereka yang berusia antara 11 hingga 30 tahun.⁵⁸ Namun, dalam penelitian ini, definisi pemuda mengacu pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan Pasal 1 Ayat 1, yang menetapkan bahwa kategori

⁵⁵ Triadanti, loc. cit.

⁵⁶ Ibid, p. 126

⁵⁷ Ibid, p. 289

⁵⁸ Zhang, op. cit., p. 250.

pemuda berada dalam rentang antara 16 hingga 30 tahun.⁵⁹ Dengan begitu, penelitian ini akan fokus pada kelompok usia tersebut.

Sampel dalam penelitian ini merupakan sebagian dari populasi yang diteliti dan dipilih dengan tujuan agar dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Penetapan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Hair et al. (2010), dengan pertimbangan bahwa belum ada jumlah populasi pasti dalam penelitian. Jumlah sampel yang disarankan berada pada kisaran 100 hingga 200 responden, atau dapat ditentukan berdasarkan jumlah indikator dalam instrumen penelitian, yaitu sebanyak 5 hingga 10 kali dari total indikator yang digunakan.⁶⁰ Penelitian ini memiliki 22 indikator, sehingga penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini, yakni:

Minimal	
Jumlah Sampel = 5 x Jumlah Indikator	
= 5 x 22	
= 110 Responden	
Maksimal	
Jumlah Sampel = 10 x Jumlah Indikator	
= 10 x 22	
= 220 Responden	

Berdasarkan rumus Hair et al., jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berada pada kisaran 110 hingga 220 responden. Jumlah tersebut dinilai telah memenuhi ketentuan minimal untuk memperoleh hasil analisis yang representatif dan reliabel.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam mencapai tujuan tersebut diperlukan data-data yang relevan dengan permasalahan tersebut. Data tersebut dapat didapatkan dari sumber data primer atau sumber data sekunder. Pemanfaatan kedua jenis data ini bertujuan untuk memberikan

⁵⁹ Pemerintah Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan* (Jakarta: Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2009).

⁶⁰ Joseph F. Hair Jr., William C. Black, Barry J. Babin, & Rolph E. Anderson. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th Edition). (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010) p.101

gambaran terkait hubungan antara budaya patriarki, *male gaze*, dan konsumsi serial *Boys Love Thailand*.

1. Data Primer

Data yang diperoleh peneliti langsung dari responden penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dengan mendistribusikan kuesioner tertutup melalui Google Form. Kuesioner ini terdiri atas sejumlah pertanyaan tertulis dan terstruktur untuk memperoleh informasi terkait topik penelitian, yaitu hubungan antara budaya patriarki, *male gaze*, dan konsumsi serial *Boys Love Thailand* dengan kriteria jawaban, yaitu: (1) sangat tidak setuju; (2) tidak setuju; (3) setuju; dan (4) sangat setuju.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari studi literatur serta berbagai sumber bacaan lain yang diakses dari media daring dan situs jurnal *online*. Peneliti mengumpulkan data dengan cara mempelajari serta memahami referensi-referensi yang relevan, baik berupa buku maupun literatur ilmiah yang berkaitan dengan topik budaya patriarki, *male gaze*, dan *Boys Love*. Studi literatur memperkaya wawasan dan mendukung analisis sesuai dengan topik penelitian.

1.8.5 Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif ialah metode yang dipakai dengan tujuan menganalisis data melalui cara memaparkan atau mendeskripsikan data yang telah didapatkan apa adanya, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan atau generalisasi yang berlaku secara umum. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai data yang telah dikumpulkan. Statistik deskriptif meliputi berbagai teknik penyajian data, seperti penggunaan tabel, grafik, diagram lingkaran, dan pictogram. Selain itu, statistik ini juga melibatkan perhitungan nilai-nilai tendensi sentral seperti modus, median, dan mean, serta pengukuran distribusi data seperti desil,

persentil, rata-rata, standar deviasi, dan persentase. Semua metode tersebut digunakan untuk menunjukkan penggambaran yang sistematis dan mudah dipahami mengenai data yang telah dikumpulkan.⁶¹

2. Analisis Inferensial

Statistik inferensial ialah metode statistik yang digunakan untuk mengkaji data dari sampel guna mengambil kesimpulan yang bisa diterapkan pada populasi secara keseluruhan. Statistik ini juga dikenal sebagai statistik probabilitas dikarenakan kesimpulan yang ditarik dari data sampel memiliki tingkat kemungkinan benar atau salah, yang dinyatakan dalam bentuk peluang (probabilitas). Artinya, setiap kesimpulan yang digeneralisasikan ke populasi memiliki potensi mengandung kesalahan maupun kebenaran, yang biasanya diukur dalam bentuk persentase tingkat kepercayaan.⁶²

Penelitian ini menggunakan statistic inferensial jenis analisis regresi linier berganda. Analisis ini dipakai guna melakukan prediksi, bagaimana perubahan nilai variabel dependen jika nilai variabel independen ditingkatkan atau diturunkan nilainya (dimanipulasi).⁶³ Analisis regresi linier berganda dipakai dalam penelitian ini karena penelitian ini terdiri atas dua variabel independen, sehingga dapat membantu mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan.

1.8.6 Instrumen dan Kisi-Kisi Penelitian

1. Instrumen dan Kisi-Kisi Penelitian Variabel X1

a. Definisi Operasional

Pengaruh budaya patriarki dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi responden mengenai sejauh mana nilai, norma, dan praktik sosial yang berlandaskan dominasi laki-laki direpresentasikan dan direproduksi dalam film-film Indonesia. Budaya patriarki dipahami bagai sistem sosial

⁶¹ Sugiyono. op. cit., p. 206-205

⁶² Ibid.

⁶³ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Bandung: Alfabeta, 2013) p.153

yang memosisikan laki-laki pada kedudukan superior dan perempuan pada kedudukan subordinat dalam berbagai aspek kehidupan.

Variabel Pengaruh Budaya Patriarki diukur melalui dua dimensi utama, yaitu patriarki privat dan patriarki publik.

- 1) Patriarki privat diukur melalui indikator relasi produksi patriarki di dalam keluarga, yang mencerminkan pembagian peran dan kekuasaan dalam rumah tangga, meliputi dominasi laki-laki dalam pengambilan keputusan keluarga, pembebanan pekerjaan rumah tangga kepada perempuan, serta anggapan bahwa ranah domestik merupakan tempat utama bagi perempuan.
- 2) Patriarki publik diukur melalui beberapa indikator, yaitu:
 - a) Relasi patriarki dalam pekerjaan dengan upah, yang menggambarkan ketimpangan kesempatan kerja dan posisi perempuan di sektor publik;
 - b) Relasi patriarki dalam negara, yang mencerminkan persepsi terhadap kebijakan dan perlindungan hukum bagi perempuan;
 - c) Kekerasan laki-laki, yang menunjukkan kerentanan perempuan terhadap kekerasan serta kecenderungan masyarakat menyalahkan korban;
 - d) Relasi patriarki dalam seksualitas, yang menggambarkan standar moral yang lebih ketat terhadap perempuan dibanding laki-laki; dan
 - e) Relasi patriarki dalam budaya, yang mencerminkan nilai-nilai sosial mengenai citra perempuan ideal dan tuntutan penyesuaian perempuan terhadap norma masyarakat.

Selain itu, variabel Pengaruh Budaya Patriarki juga mengukur pengetahuan serta dampak afektif. Hal ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh responden memahami budaya patriarki dan mengukur respon emosional yang dirasakan responden ketika mengonsumsi film-film yang masih memproduksi budaya patriarki.

Tabel 1. 2 Operasionalisasi Konsep Variabel X1 Budaya Patriarki

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
1	Budaya Patriarki	Pengaruh Budaya Patriarki	Variabel Independen	Pengetahuan	Pemahaman terkait Budaya Patriarki	Skala Likert	1. Saya mengetahui bahwa budaya patriarki menempatkan laki-laki pada posisi yang lebih dominan dibanding perempuan. 2. Saya mengetahui bahwa budaya patriarki dapat membatasi peran dan kesempatan perempuan. 3. Saya mengetahui bahwa budaya patriarki masih banyak diproduksi dalam dunia perfilman di Indonesia.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.
2	Budaya Patriarki	Pengaruh Budaya Patriarki	Variabel Independen	Patriarki Privat	Relasi Produksi Patriarki di dalam Keluarga	Skala Likert	4. Film Indonesia sering menampilkan ibu sebagai satu-satunya orang yang bertanggung jawab atas pekerjaan rumah tangga. 5. Film Indonesia sering menggambarkan bahwa perempuan harus	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							mengikuti apa yang laki-laki inginkan. 6. Film sering menggambarkan bahwa pengabdian istri kepada suami sebagai bentuk kewajiban. 7. Tokoh perempuan sering ditampilkan ketergantungan dengan laki-laki. 8. Tokoh perempuan yang fokus pada karier sering digambarkan gagal dalam mengurus keluarga.	
3	Budaya Patriarki	Pengaruh Budaya Patriarki	Variabel Independen	Patriarki Publik	Relasi Patriarki dalam Pekerjaan yang Dibayar	Skala Likert	9. Tokoh pemimpin atau bos dalam film Indonesia lebih sering diperankan oleh laki-laki. 10. Tokoh perempuan yang sukses secara profesional sering digambarkan sebagai sosok yang "galak" atau "dingin". 11. Kesuksesan tokoh perempuan sering	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							dikaitkan dengan bantuan laki-laki.	
4	Budaya Patriarki	Pengaruh Budaya Patriarki	Variabel Independen	Patriarki Publik	Relasi Patriarki dalam Negara	Skala Likert	12. Tokoh penegak hukum yang berwibawa di film mayoritas adalah laki-laki. 13. Tokoh perempuan sering dianggap tidak memiliki kapasitas jika berbicara tentang isu politik. 14. Film Indonesia melanggengkan stereotip bahwa ranah politik dan intelektual adalah dominasi laki-laki.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.
5	Budaya Patriarki	Pengaruh Budaya Patriarki	Variabel Independen	Patriarki Publik	Kekerasan Laki-Laki;	Skala Likert	15. Kekerasan verbal (kata-kata kasar) dari tokoh laki-laki kepada perempuan dianggap sebagai hal yang wajar dalam konflik film. 16. Tokoh laki-laki yang kasar, posesif, dan mengontrol perempuan sering digambarkan	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							sebagai bentuk rasa sayang. 17. Film sering menunjukkan bahwa perempuan harus bersabar menghadapi perilaku kasar pasangannya. 18. Pelecehan seksual di film terkadang digunakan sebagai komedi atau hiburan. 19. Korban kekerasan dalam film sering digambarkan sebagai pihak yang memicu terjadinya kekerasan tersebut.	
6	Budaya Patriarki	Pengaruh Budaya Patriarki	Variabel Independen	Patriarki Publik	Relasi Patriarki dalam Seksualitas	Skala Likert	20. Tokoh laki-laki yang bergonta-ganti pasangan di film dianggap keren, sedangkan perempuan dianggap negatif. 21. Tokoh perempuan yang berhubungan seks di luar nikah dianggap tidak suci, sedangkan	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							laki-laki dipandang maskulin. 22. Narasi film seringkali menggambarkan konsekuensi dari hubungan seks di luar nikah sebagai beban tokoh perempuan.	
7	Budaya Patriarki	Pengaruh Budaya Patriarki	Variabel Independen	Patriarki Publik	Relasi Patriarki dalam Budaya	Skala Likert	23. Film sering menggunakan nilai-nilai agama untuk membenarkan dominasi atas perempuan. 24. Film Indonesia sering merepresentasikan istilah budaya tradisional lama, seperti “ <i>macak, masak, manak</i> ” dalam penggambaran peran perempuan. 25. Tokoh perempuan yang berusaha menentang nilai budaya patriarki sebagai pemberontak.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.
8	Budaya Patriarki	Pengaruh Budaya Patriarki	Variabel Independen	Dampak	Afektif	Skala Likert	26. Saya merasa tidak nyaman dengan nilai-nilai budaya patriarki	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju;

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							yang masih sering ditampilkan dalam film. 27. Saya merasa terganggu karena film Indonesia masih terus mereproduksi budaya patriarki. 28. Saya merasa gelisah melihat tokoh perempuan digambarkan sebagai pihak yang sangat bergantung pada laki-laki. 29. Saya merasa tertekan oleh film-film yang mendikte bagaimana seharusnya perempuan bersikap dan berperilaku.	● Setuju; ● Sangat Setuju.

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

2. Instrumen dan Kisi-Kisi Penelitian Variabel X2

a. Definisi Operasional

Pengaruh *Male Gaze* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi responden mengenai sejauh mana representasi perempuan dalam media dikonstruksi melalui sudut pandang laki-laki, sehingga perempuan diposisikan sebagai objek visual dan erotis untuk memenuhi kenikmatan melihat (*visual pleasure*) serta kepentingan naratif yang berorientasi pada hasrat laki-laki. Variabel Pengaruh *Male Gaze* diukur menggunakan pemikiran John Fiske yang melihat kode-kode sosial melalui tiga level, yakni:

- 1) Level realitas, yaitu makna yang tampak melalui kode-kode seperti penampilan, kostum, riasan, lingkungan, perilaku, dialog, gerakan, ekspresi, dan suara.
- 2) Level representasi, yang mencakup bagaimana realitas tersebut dikonstruksi melalui teknik produksi seperti kamera, penyuntingan, dan musik.
- 3) Level ideologi, lapisan makna yang lebih dalam yang berkaitan dengan nilai-nilai seperti individualisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, dan kapitalisme.

Selain itu, variabel Pengaruh *Male Gaze* juga mengukur pengetahuan serta dampak afektif. Hal ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh responden memahami konsep *male gaze* dan mengukur respon emosional yang dirasakan responden setelah mengonsumsi media yang mengandung *male gaze*.

Tabel 1. 3 Operasionalisasi Konsep Variabel X2 *Male Gaze*

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
1	<i>Male Gaze</i>	Pengaruh <i>Male Gaze</i>	Variabel Independen	Pengetahuan	Pemahaman terhadap Konsep <i>Male Gaze</i>	Skala Likert	1. Saya memahami bahwa <i>male gaze</i> merupakan cara media menggambarkan perempuan melalui sudut pandang laki-laki. 2. Saya menyadari bahwa penggambaran perempuan dalam media dikonstruksi dari keinginan laki-laki. 3. Saya menyadari masih banyak media yang didominasi oleh <i>male gaze</i>. 4. Saya mengetahui bahwa <i>male gaze</i> dapat memengaruhi cara penonton dalam memandang perempuan. 5. Saya merasa media menggunakan <i>male gaze</i> untuk menarik perhatian penonton.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
2	<i>Male Gaze</i>	Pengaruh <i>Male Gaze</i>	Variabel Independen	Kode-Kode Sosial	Level Realitas	Skala Likert	6. Pakaian yang digunakan oleh tokoh perempuan dibuat menonjolkan lekuk tubuh mereka. 7. Gerakan tubuh tokoh perempuan dibuat dengan kesan menggoda atau sensual. 8. Cara bicara tokoh perempuan dibuat manja di depan karakter laki-laki. 9. Penampilan fisik tokoh perempuan ditampilkan dengan standar kecantikan yang dikonstruksi oleh laki-laki, seperti kurus dan putih. 10. Tokoh perempuan digambarkan nyaman saat menjadi objek pandangan karakter laki-laki.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.
3	<i>Male Gaze</i>	Pengaruh <i>Male Gaze</i>	Variabel Independen	Kode-Kode Sosial	Level Representasi	Skala Likert	11. Kamera kerap mengambil sudut pengambilan gambar yang menonjolkan	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju;

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							bagian tubuh perempuan. 12. Kamera sering menampilkan perempuan dengan cara yang mengundang rasa ingin melihat lebih jauh. 13. Kamera mengarahkan perhatian saya untuk fokus pada fisik perempuan. 14. Kamera lebih sering memfokuskan gambar pada tubuh perempuan dibandingkan laki-laki. 15. Kamera sengaja memfokuskan tubuh perempuan untuk menarik perhatian penonton.	● Sangat Setuju.
4	<i>Male Gaze</i>	Pengaruh <i>Male Gaze</i>	Variabel Independen	Kode-Kode Sosial	Level Ideologi	Skala Likert	16. Laki-laki digambarkan sebagai pihak yang aktif memandang, sedangkan perempuan adalah pihak pasif yang dipandang. 17. Tokoh perempuan memiliki posisi yang	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							lebih lemah dari karakter laki-laki. 18. Konflik antar karakter perempuan dibuat untuk memperebutkan perhatian karakter laki-laki. 19. Tokoh perempuan digambarkan menilai laki-laki dari harta atau status. 20. Tokoh perempuan digambarkan membutuhkan laki-laki untuk kehidupan yang lebih baik.	
5	<i>Male Gaze</i>	Pengaruh <i>Male Gaze</i>	Variabel Independen	Dampak	Afektif	Skala Likert	21. Saya merasa tidak nyaman saat melihat perempuan ditampilkan sebagai objek pandangan. 22. Saya merasa risih ketika tubuh perempuan ditonjolkan secara berlebihan. 23. Saya merasa sedih ketika perempuan digambarkan tidak memiliki kuasa.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							24. Saya merasa tidak puas mengonsumsi media yang dikonstruksi oleh <i>male gaze</i>. 25. Saya merasa media dengan <i>male gaze</i> membuat saya ingin mencari alternatif hiburan.	

Sumber: Olahan Peneliti, 2025



3. Instrumen dan Kisi-Kisi Penelitian Variabel Y

a. Definisi Operasional

Konsumsi serial *Boys Love Thailand* dalam penelitian ini dipahami melalui pendekatan *uses and gratifications*. Konsumsi serial *Boys Love Thailand* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai aktivitas individu dalam mengakses, memilih, dan menggunakan serial *Boys Love Thailand* secara sadar untuk memenuhi kebutuhan dan motif tertentu. Konsumsi ini dipahami sebagai perilaku aktif audiens yang didorong oleh harapan akan kepuasan (*gratification sought*) dan dievaluasi melalui kepuasan yang diperoleh setelah mengonsumsi konten tersebut (*gratification obtained*). Secara operasional, konsumsi serial *Boys Love Thailand* diukur melalui empat indikator utama, yaitu:

- 1) Pengawasan (*surveillance*), yaitu penggunaan serial *Boys Love Thailand* sebagai sumber informasi, wawasan, atau pemahaman terhadap isu sosial dan relasi yang ditampilkan dalam media;
- 2) Identitas personal (*personal identity*), yaitu peran serial *Boys Love Thailand* dalam membantu individu meneguhkan nilai, sikap, dan pemahaman diri;
- 3) Hubungan personal (*personal relationships*), yaitu pemanfaatan serial *Boys Love Thailand* untuk memperoleh kedekatan emosional, rasa ditemani, atau sebagai pelengkap hubungan sosial;
- 4) Pengalihan (*diversion*), yaitu sejauh mana konten serial *Boys Love Thailand* digunakan sebagai sarana hiburan dan pelarian dari rutinitas atau tekanan aktivitas sehari-hari.

Selain itu, variabel Konsumsi Serial *Boys Love Thailand* juga mengukur pengetahuan. Hal ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh responden memahami serial *Boys Love Thailand*.

Tabel 1. 4 Operasionalisasi Konsep Variabel Y Konsumsi Serial *Boys Love* Thailand

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
1	<i>Uses and Gratification</i>	Konsumsi Serial <i>Boys Love</i> Thailand	Variabel Dependen	Pengetahuan	Pemahaman terkait Serial <i>Boys Love</i> Thailand	Skala Likert	1. Saya mengetahui bahwa serial <i>Boys Love</i> Thailand berfokus pada hubungan percintaan antara dua tokoh laki-laki. 2. Saya memahami ciri khas serial <i>Boys Love</i> Thailand adalah penggambaran kisah romansa sesama jenis antar laki-laki. 3. Saya menyadari bahwa interaksi romantis antar karakter laki-laki menjadi unsur utama dalam serial <i>Boys Love</i> Thailand.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.
2	<i>Uses and Gratification</i>	Konsumsi Serial <i>Boys Love</i> Thailand	Variabel Dependen	<i>Gratification Sought</i>	Pengawasan	Skala Likert	4. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand karena ingin mengetahui apakah ada media yang tidak menjadikan perempuan sebagai pihak yang bergantung pada laki-laki.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							5. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand karena ingin melihat media yang tidak menempatkan perempuan sebagai pihak yang lemah. 6. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand untuk memuaskan rasa ingin tahu bagaimana bentuk hubungan romantis yang didasarkan pada kesetaraan. 7. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand karena ingin mengetahui apakah ada media yang tidak menjadikan perempuan sebagai objek seksual.	
3	<i>Uses and Gratification</i>	Konsumsi Serial <i>Boys Love</i> Thailand	Variabel Dependen	<i>Gratification Sought</i>	Identitas Personal	Skala Likert	8. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand untuk mencari media yang sejalan dengan prinsip saya yang menolak penggambaran	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							perempuan sebagai pihak yang harus selalu dikendalikan oleh laki-laki. 9. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand untuk menemukan ruang di mana saya bisa menikmati dinamika kekuasaan dalam cerita tanpa harus merasa diri saya yang tertindas. 10. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand untuk mencari konten media yang sejalan dengan prinsip saya dalam menolak penggambaran perempuan sebagai objek seksual.	
4	<i>Uses and Gratification</i>	Konsumsi Serial <i>Boys Love</i> Thailand	Variabel Dependen	<i>Gratification Sought</i>	Hubungan Personal	Skala Likert	11. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand karena ingin menemukan teman bicara yang memiliki kesamaan nilai mengenai pentingnya	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							kesetaraan dalam suatu hubungan. 12. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand agar dapat merasa ditemani dalam menolak budaya patriarki dan <i>male gaze</i> dalam media. 13. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand karena ingin merasa tervalidasi bahwa sebagai perempuan saya berhak menuntut representasi hubungan yang tidak merugikan gender saya.	
5	<i>Uses and Gratification</i>	Konsumsi Serial <i>Boys Love</i> Thailand	Variabel Dependen	<i>Gratification Sought</i>	Pengalihan	Skala Likert	14. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand untuk melepas diri dari film-film yang masih memproduksi budaya patriarki. 15. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand untuk mencari hiburan alternatif	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							karena lelah dengan tayangan yang selalu memenangkan ego laki-laki atas perempuan. 16. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> karena ingin menghilangkan kegelisahan atas media yang terus-menerus menampilkan dominasi laki-laki atas perempuan. 17. Saya mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> untuk mencari kenikmatan atau kepuasan saat melihat objek atau gambar yang diinginkan.	
6	<i>Uses and Gratification</i>	Konsumsi Serial <i>Boys Love Thailand</i>	Variabel Dependen	<i>Gratification Obtained</i>	Pengawasan	Skala Likert	18. Mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> membuat saya mengetahui bahwa ada media yang memosisikan penonton perempuan sebagai subjek yang melihat.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							19. Mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand membuat saya memahami bagaimana rasanya menikmati visual laki-laki sebagai objek estetis. 20. Mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand membuat saya mengetahui bahwa karakter laki-laki juga bisa berada di posisi yang rentan. 21. Mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand membuat saya mengetahui bahwa ada media dimana saya bisa menyalurkan hasrat tanpa ancaman diobjektifikasi balik.	
7	<i>Uses and Gratification</i>	Konsumsi Serial <i>Boys Love</i> Thailand	Variabel Dependen	<i>Gratification Obtained</i>	Identitas Personal	Skala Likert	22. Mengonsumsi serial <i>Boys Love</i> Thailand membuat saya menemukan konten media yang sejalan dengan prinsip saya dalam menolak	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							penggambaran perempuan sebagai objek seksual. 23. Mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> membantu saya menegaskan kembali kendali saya sebagai penonton. 24. Mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> membuat saya meyakini bahwa kualitas sebuah cerita tidak selalu bergantung pada kehadiran tokoh perempuan.	
8	<i>Uses and Gratification</i>	Konsumsi Serial <i>Boys Love Thailand</i>	Variabel Dependen	<i>Gratification Obtained</i>	Hubungan Personal	Skala Likert	25. Mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> membuat saya merasa terhubung dengan sesama penonton yang sama-sama ingin menghindari budaya patriarki dan <i>male gaze</i> dalam film. 26. Mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> membuat saya merasa	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							ditemani dalam menolak budaya patriarki dan <i>male gaze</i> dalam media. 27. Mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> membuat saya merasa tervalidasi atas rasa tidak nyaman saya terhadap tayangan yang berlebihan menonjolkan tubuh perempuan.	
9	<i>Uses and Gratification</i>	Konsumsi Serial <i>Boys Love Thailand</i>	Variabel Dependen	<i>Gratification Obtained</i>	Pengalihan	Skala Likert	28. Mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> membuat saya dapat melepaskan diri dari film-film yang masih dikonstruksi oleh budaya patriarki. 29. Mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> membuat saya mendapatkan hiburan alternatif yang tidak menampilkan perempuan sebagai objek.	● Sangat Tidak Setuju; ● Tidak Setuju; ● Setuju; ● Sangat Setuju.

No	Konsep	Variabel	Kategori	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Pertanyaan	Jawaban
							30. Menonton serial <i>Boys Love Thailand</i> memuaskan keinginan saya untuk melihat karakter laki-laki yang sesuai dengan keinginan saya. 31. Mengonsumsi serial <i>Boys Love Thailand</i> membuat saya mendapatkan ruang aman dari narasi media yang selalu mendikte bagaimana seharusnya perempuan berperilaku.	

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

1.8.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas diartikan sebagai ketepatan yang mengacu pada seberapa sesuai konsep realitas sosial dengan realitas empiris yang sesungguhnya.⁶⁴ Uji validitas diperoleh melalui pengujian signifikansi dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel pada derajat kebebasan (df) = $n-2$.

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini, uji validitas setiap butir pertanyaan dijalankan dengan bantuan *software* SPSS versi 27. Uji validitas digunakan melalui cara membandingkan antara nilai r hitung dan nilai r tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Nilai r hitung diperoleh dari hasil analisis korelasi khususnya pada kolom *total correlation*, sedangkan nilai r tabel ditentukan melalui perhitungan derajat kebebasan, yang dihitung menggunakan rumus $df = n - 2$. Dengan jumlah sampel sebanyak 31 orang, maka nilai df dalam penelitian ini adalah 29. Diketahui bahwa nilai R pada *degree of freedom* (df) sebesar 29 dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,355.

Tabel 1. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X1 Budaya Patriarki

No	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Item 1	0,355	0,466	Valid
Item 2	0,355	0,711	Valid
Item 3	0,355	0,443	Valid
Item 4	0,355	0,560	Valid
Item 5	0,355	0,463	Valid
Item 6	0,355	0,577	Valid
Item 7	0,355	0,416	Valid
Item 8	0,355	0,504	Valid
Item 9	0,355	0,425	Valid
Item 10	0,355	0,344	Tidak Valid
Item 11	0,355	0,447	Valid
Item 12	0,355	0,597	Valid
Item 13	0,355	0,587	Valid

⁶⁴ William Lawrence Neuman. Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition. (Assex: Pearson Education Limited, 2014) p.212

No	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Item 14	0,355	0,733	Valid
Item 15	0,355	0,569	Valid
Item 16	0,355	0,555	Valid
Item 17	0,355	0,648	Valid
Item 18	0,355	0,673	Valid
Item 19	0,355	0,730	Valid
Item 20	0,355	0,611	Valid
Item 21	0,355	0,458	Valid
Item 22	0,355	0,484	Valid
Item 23	0,355	0,585	Valid
Item 24	0,355	0,468	Valid
Item 25	0,355	0,584	Valid
Item 26	0,355	0,520	Valid
Item 27	0,355	0,661	Valid
Item 28	0,355	0,531	Valid
Item 29	0,355	0,690	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengujian yang sudah diujikan pada variabel budaya patriarki (X1), diketahui bahwa dari total 29 pertanyaan yang terdapat dalam instrumen, sebanyak 28 item dinyatakan valid. Hasil ini dapat dilihat pada setiap item memiliki nilai R hitung yang lebih besar dibandingkan nilai R tabel. Sementara itu, terdapat sebanyak 1 item yang dinyatakan tidak valid. Hasil ini dikarenakan setiap item memiliki nilai R hitung yang lebih kecil dibandingkan nilai R tabel. Item pertanyaan yang tidak valid terdapat pada item kesepuluh dengan bunyi pernyataan, “Tokoh perempuan yang sukses secara profesional sering digambarkan sebagai sosok yang ‘galak’ atau ‘dingin’.” Item ini dianggap ambigu karena mengandung dua fokus sekaligus, sehingga perlu dilakukan revisi.

Tabel 1. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X2 *Male Gaze*

No	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Item 1	0,355	0,389	Valid
Item 2	0,355	0,496	Valid
Item 3	0,355	0,278	Tidak Valid
Item 4	0,355	0,551	Valid
Item 5	0,355	0,417	Valid
Item 6	0,355	0,621	Valid
Item 7	0,355	0,626	Valid
Item 8	0,355	0,564	Valid

No	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Item 9	0,355	0,692	Valid
Item 10	0,355	0,731	Valid
Item 11	0,355	0,884	Valid
Item 12	0,355	0,737	Valid
Item 13	0,355	0,603	Valid
Item 14	0,355	0,827	Valid
Item 15	0,355	0,831	Valid
Item 16	0,355	0,592	Valid
Item 17	0,355	0,506	Valid
Item 18	0,355	0,505	Valid
Item 19	0,355	0,650	Valid
Item 20	0,355	0,564	Valid
Item 21	0,355	0,563	Valid
Item 22	0,355	0,463	Valid
Item 23	0,355	0,580	Valid
Item 24	0,355	0,558	Valid
Item 25	0,355	0,487	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel *male gaze* (X2), diketahui bahwa dari total 25 pertanyaan yang terdapat dalam instrumen, sebanyak 24 item dinyatakan valid. Hasil ini disebabkan karena setiap item memiliki nilai R hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai R tabel. Sementara itu, terdapat sebanyak 1 item yang dinyatakan tidak valid. Hasil ini dikarenakan karena setiap item memiliki nilai R hitung yang lebih kecil dibandingkan nilai R tabel. Item pertanyaan yang tidak valid terdapat pada item ketiga dengan bunyi pernyataan, “Saya menyadari masih banyak media yang didominasi oleh *male gaze*.” Item ini dianggap menggunakan bahasa yang terlalu sulit, sehingga perlu dilakukan revisi dengan menyederhanakan pernyataan tersebut.

Tabel 1. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y Konsumsi Serial *Boys Love* Thailand

No	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Item 1	0,355	0,029	Tidak Valid
Item 2	0,355	0,012	Tidak Valid
Item 3	0,355	0,090	Tidak Valid
Item 4	0,355	0,645	Valid
Item 5	0,355	0,658	Valid

No	R Tabel	R Hitung	Keterangan
Item 6	0,355	0,714	Valid
Item 7	0,355	0,745	Valid
Item 8	0,355	0,845	Valid
Item 9	0,355	0,732	Valid
Item 10	0,355	0,762	Valid
Item 11	0,355	0,768	Valid
Item 12	0,355	0,813	Valid
Item 13	0,355	0,779	Valid
Item 14	0,355	0,901	Valid
Item 15	0,355	0,831	Valid
Item 16	0,355	0,855	Valid
Item 17	0,355	0,787	Valid
Item 18	0,355	0,867	Valid
Item 19	0,355	0,701	Valid
Item 20	0,355	0,829	Valid
Item 21	0,355	0,826	Valid
Item 22	0,355	0,820	Valid
Item 23	0,355	0,759	Valid
Item 24	0,355	0,814	Valid
Item 25	0,355	0,829	Valid
Item 26	0,355	0,803	Valid
Item 27	0,355	0,808	Valid
Item 28	0,355	0,900	Valid
Item 29	0,355	0,789	Valid
Item 30	0,355	0,859	Valid
Item 31	0,355	0,842	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada variabel konsumsi serial *Boys Love Thailand* (Y), diketahui bahwa dari total 31 pertanyaan yang terdapat dalam instrumen, sebanyak 28 item dinyatakan valid. Hasil ini dikarenakan setiap item memiliki nilai R hitung yang lebih besar dibandingkan nilai R tabel. Sementara itu, terdapat sebanyak 3 item yang dinyatakan tidak valid. Hasil ini dikarenakan setiap item memiliki nilai R hitung yang lebih kecil dibandingkan nilai R tabel. Item pertanyaan yang tidak valid terdapat pada item pertama hingga ketiga dalam dimensi pengetahuan. Ketiga item ini dianggap terlalu bertele-tele, sehingga perlu dilakukan revisi dengan menyederhanakan pernyataan-pernyataan tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti keterandalan atau konsistensi. Istilah ini membuktikan bahwasannya suatu hal yang sama akan menghasilkan hasil yang sama ketika dilakukan kembali atau muncul kembali dalam kondisi yang identik atau sangat mirip. Kebalikan dari reliabilitas ialah hasil pengukuran yang bersifat tidak pasti, tidak stabil, atau tidak konsisten akibat alat ukur itu sendiri.⁶⁵ Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* mencapai 0,70 atau lebih.⁶⁶ Adapun kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,70$, maka instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang baik, sehingga dapat dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya.
- b. Apabila nilai *cronbach's alpha* $< 0,70$, maka instrument dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 1. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 Budaya Patriarki

Cronbach's Alpha	N of Items
0,915	29

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Pengujian ini dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 27.0 dengan 31 responden. Hasil pengujian pada variabel budaya patriarki (X1) memperlihatkan hasil nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,915. Berdasarkan hasil tersebut, variabel Budaya Patriarki (X1) dapat dikatakan reliabel atau bisadipercaya. Hal ini disebabkan karena variabel budaya patriarki (X1) mempunyai nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar dari 0,70.

Tabel 1. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 Male Gaze

Cronbach's Alpha	N of Items
0,923	25

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Imam Ghozali. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018) p.46

Hasil pengujian pada variabel *male gaze* (X2) memperlihatkan hasil nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,923. Berdasarkan hasil tersebut, variabel *male gaze* (X2) dapat dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya. Kondisi ini dibuktikan dengan melihat bagaimana variabel *male gaze* (X2) mempunyai nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar dari 0,70.

Tabel 1. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y Konsumsi Serial *Boys Love*

Thailand

Cronbach's Alpha	N of Items
0,971	31

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Pengujian pada variabel konsumsi Serial *Boys Love* Thailand (Y) memperlihatkan hasil nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,971. Berdasarkan hasil tersebut, variabel konsumsi srial *Boys Love* Thailand (Y) bisa dikatakan reliabel atau dapat dipercaya. Hasil ini dikarenakan variabel konsumsi serial *Boys Love* Thailand (Y) memiliki nilai koefisien reliabilitas yang lebih besar dari 0,70.

1.9 Sistematika Penulisan

Laporan skripsi ini disusun dalam lima bab, yang masing-masing terbagi ke dalam beberapa subbab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini menyajikan bagian pendahuluan yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Selain itu, juga disertakan tinjauan terhadap penelitian-penelitian sejenis sebagai landasan teoritis. Metodologi penelitian yang dipakai dalam studi ini ialah pendekatan kuantitatif, yang dijelaskan secara teknis mencakup metode pengumpulan data serta teknik analisis data. Bab ini ditutup dengan penjelasan mengenai sistematika penulisan dalam laporan penelitian.

Bab II: Gambaran Umum Subjek Penelitian

Bab kedua memuat uraian umum mengenai subjek penelitian, yaitu perempuan muda berusia 16 hingga 30 tahun, berdomisili di DKI Jakarta, dan aktif mengonsumsi serial *Boys Love Thailand*.

Bab III: Hasil Penelitian dan Uji Hipotesis

Bab ini menyajikan temuan penelitian yang diperoleh melalui pengolahan data kuantitatif. Data yang telah diperoleh dianalisis dengan metode statistik yang relevan, seperti analisis regresi atau uji korelasi, untuk mengetahui hubungan antara patriarki, *male gaze*, dan konsumsi serial *Boys Love Thailand*.

Bab IV: Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini mengulas hasil penelitian yang telah disajikan pada Bab sebelumnya dengan menghubungkannya pada teori-teori serta penelitian sebelumnya. Analisis dilakukan secara kritis untuk menilai apakah temuan yang diperoleh mendukung atau justru bertentangan dengan kerangka teori yang digunakan.

Bab V: Penutup

Bab terakhir adalah bagian penutup yang memuat kesimpulan serta saran dari penulis, yang dirumuskan berdasarkan keseluruhan permasalahan yang telah dibahas dalam penelitian ini.