

FENOMENA POPULARITAS DRAMA BOYS LOVE (BL) DI KALANGAN REMAJA: PENGUATAN DAN STRATEGI PENDIDIKAN KARAKTER ISLAM

Ainur Rofiah

Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo

Email: fifimz2791@gmail.com

Abstrak

Popularitas drama *Boys Love* (BL) mengalami lonjakan pesat di kalangan remaja Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong tingginya popularitas drama *Boys' Love* (BL), dan merumuskan strategi penguatan pendidikan karakter Islam sebagai respon atas fenomena tersebut. Kajian ini menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, dengan sumber data berupa artikel jurnal ilmiah, pemberitaan yang relevan, serta data dari platform digital seperti akun media sosial drama terkait dan layanan *streaming* yang ada di Indonesia. Hasil kajian menunjukkan bahwa popularitas drama BL dipengaruhi oleh algoritma media sosial, tekanan sosial digital berupa *Fear Of Missing Out* (FOMO), representasi emosional dan visual yang dinilai menarik bagi penonton perempuan, serta budaya fandom lintas negara. Fenomena ini dipandang tidak selaras dengan konsep fitrah dan ketentuan syariat, sebab paparan yang berulang terhadap narasi romantis sesama jenis berpotensi ikut membentuk pergeseran persepsi hubungan serta normalisasi nilai yang ada di dalamnya. Oleh karena itu, pendidikan karakter Islam melalui penguatan akidah, keterlibatan keluarga dan pendidik, serta literasi media berbasis nilai Islam diperlukan sebagai pendekatan preventif dan edukatif yang dialogis dalam menghadapi fenomena ini.

Kata kunci: drama *Boys Love*, pendidikan karakter Islam, literasi media, pengendalian diri

Abstract

The popularity of the drama *Boys' Love* (BL) has surged rapidly among Indonesian teenagers in recent years. This study aims to identify the factors driving its high popularity and formulate strategies for strengthening Islamic character education in response to this phenomenon. This study employed library research with a descriptive-qualitative approach, using data sources in the form of scientific journal articles, relevant news reports, and data from digital platforms such as social media accounts of related dramas and streaming services in Indonesia. The results indicate that the popularity of BL dramas is influenced by social media algorithms, digital social pressure in the form of *Fear of Missing Out* (FOMO), emotional and visual representations deemed appealing to female audiences, and a cross-border fandom culture. This phenomenon is considered inconsistent with the concept of fitrah (natural nature) and sharia (Islamic law), as repeated exposure to same-sex romantic narratives has the potential to shape shifts in perceptions of relationships and normalize their values. Therefore, Islamic character education through strengthening the faith (aqidah), involving families and educators, and promoting Islamic values-based media literacy is needed as a preventive and educational approach that fosters dialogue in addressing this phenomenon.

Keywords: Boys Love drama, Islamic character education, media literacy, self-control

1. PENDAHULUAN

Dalam kurun sepuluh tahun terakhir, industri hiburan Asia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat pada genre *Boys Love* (BL). BL merupakan drama yang menarasikan kisah homoerotika

sesama lelaki yang kerap disajikan dalam bentuk seksual yang eksplisit (Mandhacitara, 2023). Drama BL semula berkembang di Jepang melalui manga dan kini diproduksi secara masif oleh industri televisi Thailand. Sejak pertama mengalami ledakan popularitas pada 2014 hingga 2020, tercatat sedikitnya 57 judul drama BL telah diproduksi dan ditayangkan secara masif di platform *streaming* seperti LINE TV, Youtube, WeTV, Netflix, dan IQIYI (Sianturi & Junaidi, 2021). Berdasarkan data Dari LINE TV, pada tahun 2019 serial dengan genre BL hanya menyumbang sekitar 5% dari total jam tayang mereka. Namun, pada 2020 persentasenya meningkat tajam hingga 34%. Pada tahun yang sama, serial Thailand *2gether The Series* menjadi fenomena viral dan tercatat sebagai BL pertama yang melampaui 1 miliar penayangan untuk keseluruhan episodenya (Krotor, 2025). Keberadaan akun-akun penggemar (*fanbase*) drama Thailand bergenre BL seperti @Coppadeekub (90 ribu pengikut), @thaitalk.id (47 ribu pengikut), serta @raikantopenifamily_ (19 ribu pengikut) di media sosial, terutama Instagram, menjadi salah satu indikator berkembangnya distribusi dan populernya genre tersebut di Indonesia. Akun-akun tersebut aktif mempromosikan berbagai judul drama BL Thailand serta menyajikan informasi terkini yang berhubungan dengan kegiatan aktor dan pasangan BL tersebut. Tingginya jumlah pengikut serta *engagement* yang berlangsung pada akun-akun tersebut mengindikasikan bahwa komunitas penonton drama BL di Indonesia telah terbentuk secara aktif dan memiliki tingkat loyalitas yang kuat.

Di Indonesia, popularitas fenomena ini memiliki dimensi yang lebih kompleks karena berhadapan langsung dalam masyarakat dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa penonton serial drama BL di Indonesia didominasi oleh perempuan, termasuk perempuan Muslim yang kerap mengidentifikasi diri sebagai fujoshi, yakni sebutan penggemar BL yang diadopsi dari budaya populer Jepang (Mutmainah, 2026). Berdasarkan hasil studi pendahuluan menunjukkan bahwa rata-rata penggemar serial drama BL merupakan perempuan heteroseksual. Minat awal terhadap genre ini banyak dipengaruhi oleh ramainya percakapan di media sosial, yang kemudian berkembang menjadi pola konsumsi berulang sebagai respon terhadap tekanan sosial digital (FOMO), terutama rasa khawatir akan tertinggal dari topik pembicaraan dengan teman sebaya (Mutmainah, 2026, mengutip Yunika & Alimi, 2025).

Kondisi ini dipandang bertentangan dengan nilai-nilai agama Islam, dimana agama Islam memiliki batasan dalam adab pergaulan, termasuk larangan hubungan dan perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai moral dan melampaui batas syariat (Toni, 2025). Tanpa pendampingan dan literasi media yang sesuai, akses terhadap konten yang bertentangan dengan nilai-nilai norma dan agama secara berulang berpotensi memengaruhi cara pandang remaja terhadap norma hubungan, identitas, dan perilaku sosial (Zarkasyi, 2018; Prakoso et al., 2026). Oleh karena itu, Strategi pendidikan karakter Islam yang bersifat preventif, edukatif, dan dialogis menjadi kebutuhan, sebab pendekatan yang represif serta menghakimi cenderung kurang efektif untuk merespons fenomena populer tersebut.

Sejatinya sejumlah penelitian terdahulu telah banyak yang mengangkat fenomena ini, namun dengan fokus yang berbeda-beda dan belum sepenuhnya saling terhubung. Adapun penelitian tersebut yakni, “*Boys Love Indonesia sebagai produk budaya: Studi kualitatif penerimaan di kalangan penggemar Boys Love Asia dan non-penonton*” yang ditulis oleh Shafira, Ardini, & Winny, P. (2026). Namun, kajian tersebut tidak menyentuh dimensi karakter. Selanjutnya kajian yang ditulis Prakoso, Alfian, Alamsyah, Pradana, dan Mubarok (2026) serta Toni (2025) membahas pembentukan karakter Islami dan moral remaja di era media sosial secara umum, tetapi tidak secara spesifik mengaitkannya dengan genre BL sebagai objek kajian. Dengan kata lain, terdapat kekosongan kajian (*research gap*) yang secara gamblang menghubungkan tiga hal sekaligus: fenomena popularitas BL yang didukung data platform digital terkini, analisis dampaknya terhadap pembentukan karakter remaja Muslim, dan

rumusan strategi konkret pendidikan karakter Islam sebagai respons serta penyeimbang atas fenomena tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, kajian ini dilakukan untuk: (1) mengkaji faktor-faktor yang menjadi penyebab meningkatnya popularitas drama *Boys Love* di kalangan remaja; (2) menelaah potensi dampak dari paparan dan konsumsi drama BL terhadap pembentukan karakter remaja Muslim, terutama dalam hal penerimaan atau normalisasi nilai, perubahan cara pandang terhadap hubungan tersebut, dan dampak terhadap identitas diri; serta (3) merumuskan strategi penguatan pendidikan karakter Islam yang dapat berperan sebagai kontra-narasi dalam menyikapi fenomena tersebut melalui pendekatan dialogis dan edukatif, bukan penghakiman.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Data diperoleh dari artikel jurnal ilmiah terakreditasi, data sekunder berupa observasi non-partisipan terhadap jejak digital popularitas drama BL di platform media sosial (TikTok, X/Twitter, dan Instagram) sepanjang periode 2020-2026, mencakup tagar (*hashtag*) trending, volume perbincangan, dan pola konten terkait (fan edit, ulasan, komunitas *shipping*), serta hasil penelitian terdahulu. Data yang terkumpul kemudian dianalisis berdasarkan konteks dengan mengelompokkan temuan ke dalam tiga tema besar, yaitu: faktor pendorong popularitas BL, potensi dampak terhadap karakter remaja, dan strategi pendidikan karakter Islam, untuk selanjutnya diinterpretasikan dalam kerangka nilai-nilai pendidikan karakter Islam.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Fenomena Popularitas Drama Boys Love dan Faktor Pendorongnya

Data penelusuran terhadap perkembangan fenomena populernya drama BL menunjukkan bahwa penerimaan dan popularitas drama BL di Indonesia tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan hasil akumulasi tren regional yang dimulai dari industri Thailand sejak 2014 dan mencapai puncaknya pada masa pandemi Covid-19 tahun 2020-2021, ketika konsumsi hiburan digital meningkat tajam akibat pembatasan aktivitas luar rumah. Dilansir dari Time Out Thailand (2020), LINE TV yang merupakan sebuah layanan *streaming* gratis telah menayangkan serial *Boys Love* seperti *Make it Right* dan *SOTUS* sejak 2016. Namun, *2gether The Series* menjadi titik ledak yang menempatkan genre ini pada posisi trending topik global di Twitter, dengan basis penggemar Indonesia yang aktif membuat dan menyebarkan konten terkait di TikTok dan Instagram. Kehadiran layanan *streaming* seperti LINE TV, YouTube, WeTV, iQIYI, dan Viu saat ini dapat diakses dengan mudah dan beberapa diantaranya menyediakan tayangan gratis tanpa berlangganan. Akses legal ini memperbesar jangkauan sekaligus intensitas paparan, karena penonton tidak lagi bergantung pada jadwal tayang televisi konvensional, melainkan dapat mengonsumsi konten secara maraton kapan pun diinginkan.

Popularitas ini terus meningkat hingga tahun 2026 dan mendapatkan respon positif di Indonesia. Hasil penelusuran google, setidaknya ada lebih dari 50 drama BL yang telah dirilis pada akhir tahun 2025 hingga paruh pertama 2026. Adapun serial yang meraih kesuksesan di 2026 ialah "*Ticket To Heaven*", sebuah drama populer garapan GMMTV dengan total 5 episode. Serial ini berhasil menduduki peringkat pertama pada daftar *Trending Topic* global di media sosial X (Twitter) melalui tagar #TicketToHeavenFinalEP. Pencapaian besar ini tidak hanya terjadi di *worldwide* dan Thailand sebagai Negara asal, tetapi juga sukses menduduki posisi puncak di lebih dari 130 wilayah di seluruh dunia termasuk Indonesia (X @GMMTV, 2026). Sebelum "*Ticket To Heaven*", serial produksi Domundi lebih dulu meraih pencapaian besar pada 2026. "*Duang With You*" resmi mengakhiri episode akhirnya pada April 2026 dengan pencapaian yang luar biasa di kancah

internasional. *Hashtag* (tagar) dan *keyword* (kata kunci) yang menyertakan “*Duang With You Final Ep*” tercatat hingga 6,5 juta unggahan di media sosial serta 3,4 juta penayangan. Tingginya jumlah unggahan dan penayangan tersebut berhasil mengantarkan “*Duang With You*” masuk dalam daftar *trending worldwide*, termasuk Indonesia (X @DuangWithYou, 2026).

Gambar 1. Kesuksesan Ticket To Heaven



Sumber (X @GMMTV, 2026)

Gambar 2. Kesuksesan Duang With You



Sumber (X @DuangWithYou, 2026)

Studi resepsi (*Reception Theory*) yang dikembangkan oleh Stuart Hall (1980) menjelaskan bahwa audiens merupakan pihak aktif dalam proses komunikasi, yang dapat menerima pesan, menegosiasikan, ataupun menolaknya (dikutip dalam Shafira, Ardini, & Winny, 2026). Jika dikaitkan dengan konteks fenomena BL, sebagian besar audiens perempuan Indonesia terpapar terlebih dahulu oleh produk BL Thailand dan Tiongkok sebelum merespons kemunculan produk serupa, sehingga terbentuk ekspektasi dan pemahaman tertentu terhadap genre ini. Liang (2022) mengaitkan popularitas BL di kalangan perempuan melalui konsep *female gaze*. Dalam perspektif tersebut, penggambaran karakter homoseksual beserta dinamika romansa yang ditampilkan cenderung sesuai berdasarkan preferensi perempuan dalam menjalin hubungan (dikutip dalam Shafira, Ardini, & Winny, 2026).

Kemudahan akses di berbagai platform media sosial turut menopang populernya genre ini di Indonesia. Komunitas penggemar biasanya akan mempromosikan serial atau aktor favoritnya melalui platform media sosial seperti X, TikTok, dan Instagram. Konten-konten yang diunggah juga cukup beragam, mulai dari fan edit, konten promosi serial, informasi terbaru terkait serial, aktor, komunitas BL, hingga hubungan antar aktor yang diromantisasi. Keterlibatan penggemar BL tidak hanya sebatas itu saja, mereka kerap berbagi *fan art*, *fan fiction*, dan teori-teori yang berkaitan dengan pasangan aktor dari serial BL favoritnya. Keterlibatan ini acap kali berperan sebagai *coping mechanism* yang digunakan individu untuk menghadapi tekanan akibat perasaan terisolasi dalam lingkungan sosial yang konservatif (Cahyono, 2025).

Selanjutnya, Temuan dari Konde.co (2026) yang mengutip riset Yunika dan Alimi (2025) menunjukkan bahwa ketertarikan awal remaja terhadap BL sering kali dipicu oleh rasa penasaran akibat tingginya visibilitas topik ini di lini masa media sosial, yang kemudian berubah menjadi kebiasaan menonton rutin karena adanya tekanan sosial digital berupa kekhawatiran tertinggal topik pembicaraan (*Fear Of Missing Out*). Pola ini diperkuat oleh mekanisme algoritma platform digital yang secara sistemik mengarahkan konten serupa kepada pengguna yang pernah menunjukkan minat, sehingga terjadi *snowball effect* dalam konsumsi konten BL.

Hasil penelitian Sari dan Yusuf (2025) menemukan bahwa ada beberapa faktor yang mendorong popularitas drama BL di Indonesia. *Pertama*, Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, genre *Boys Love* (BL) ini dipandang sebagai tontonan yang tidak sesuai dengan nilai agama dan sosial serta masih dianggap tabu. Namun demikian, justru karena sifatnya yang kontroversial, genre drama *Boys Love* (BL) semakin menarik perhatian dan dianggap sebagai hiburan baru. Selaras dengan hal tersebut, McDonald (1993) menjelaskan bahwa budaya populer merupakan kekuatan yang mampu mengubah batasan kuno, tradisi, selera dan menguburkan segala macam perbedaan (dikutip dalam Sari dan Yusuf, 2025).

Kedua, visual aktor yang dianggap lebih menarik serta *chemistry* yang kuat antara pemeran utama membuat para penggemar terus mengikuti dan menantikan proyek-proyek terbaru yang dimainkan oleh pasangan aktor BL favorit mereka. Sebagian penonton mengaku tertarik pada genre BL karena para aktornya memiliki visual dan proporsi tubuh yang dianggap sesuai dengan gambaran lelaki ideal oleh kebanyakan perempuan. Kehadiran tokoh-tokoh dengan penampilan menarik dan interaksi romantis membuat penonton merasa terhibur.

Gambar 3. Pond Naravit, aktor BL Thailand populer



Sumber (blglawards.com, IG @ppnaravit)

Gambar 4. Por Suppakarn, aktor BL Thailand populer



Sumber (blglawards.com, IG @porsuppakarn)

Ketiga, para penggemar drama *Boys Love* (BL) menganggap pasangan aktor BL dalam drama yang mereka tonton merupakan suatu hal yang menarik dan menggempakan. Alasan lainnya, *Chemistry* yang dibangun oleh para aktor BL membuat alur dan *scene* romantis dalam drama lebih mendebarkan dibandingkan pasangan heteroseksual (Sari dan Yusuf, 2025). Jika dibaca melalui teori perkembangan identitas Erikson (1968), Preferensi tersebut dapat dipandang sebagai salah satu bentuk proses remaja dalam memahami dan mengeksplorasi pengalaman emosional melalui berbagai model hubungan yang mereka temui. Ketertarikan terhadap tayangan BL tidak selalu menunjukkan ekspresi orientasi seksual, tetapi dapat pula berkaitan dengan keterlibatan emosional penonton terhadap alur cerita dan karakter yang ditampilkan. Cerita yang disajikan dalam BL mampu menghadirkan pengalaman emosional yang berbeda dari gambaran hubungan yang selama ini dikenal oleh remaja. Hal tersebut kemudian membuat tayangan BL memiliki daya tarik psikologis yang kuat dan cenderung lebih membekas dibandingkan dengan drama pada umumnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa fenomena BL perlu menjadi perhatian, terutama jika dilihat dalam kaitannya dengan pengembangan dan penguatan pendidikan karakter pada remaja.

3.2 Potensi Pergeseran Nilai

Berdasarkan hasil telaah terhadap berbagai data dan sumber literatur, terdapat tiga aspek yang perlu diperhatikan terkait kemungkinan pengaruh intensitas menonton drama BL pada remaja Muslim. Aspek pertama berkaitan dengan terbentuknya penerimaan terhadap nilai-nilai yang tidak sejalan dengan prinsip akidah Islam. Ketika remaja terus-menerus menyaksikan cerita yang menampilkan hubungan sesama jenis dalam konteks romantis dan dianggap sebagai hal yang lumrah, pemahaman mereka mengenai batasan pergaulan dan kewajiban menjaga pandangan sebagaimana diajarkan dalam Islam dapat mengalami perubahan atau menjadi kurang tegas. Kondisi tersebut dapat semakin mungkin terjadi apabila remaja tidak memperoleh pendampingan dan pemahaman nilai yang memadai dari lingkungan terdekatnya (Zarkasyi, 2018; Toni, 2025).

Aspek kedua menyangkut kemungkinan berubahnya cara remaja memandang suatu hubungan. Paparan yang berulang terhadap serial BL dapat memberikan gambaran mengenai bentuk romantisme tertentu yang kemudian menjadi acuan dalam membangun pemahaman tentang hubungan. Hal ini berpotensi menimbulkan pandangan yang kurang sesuai dengan nilai-nilai hubungan dalam Islam, terutama mengenai kedudukan pernikahan serta hubungan antara laki-laki dan perempuan yang dibenarkan secara agama.

Sementara itu, aspek ketiga berhubungan dengan pembentukan identitas diri. Masa remaja merupakan periode ketika seseorang sedang berusaha mengenali dan menemukan jati dirinya

(Erikson, 1968). Dalam kondisi tersebut, keterlibatan emosional yang mendalam terhadap karakter maupun alur cerita dalam drama BL berpotensi ikut memengaruhi proses pencarian identitas personal. Paparan terhadap narasi semacam ini juga dapat memunculkan berbagai pertanyaan dalam diri remaja mengenai orientasi dan bentuk hubungan yang mereka inginkan, yang mungkin muncul sebagai hasil dari pengaruh cerita yang dikonsumsi, bukan hanya berasal dari faktor internal dalam diri mereka.

3.3 Upaya Penguatan Pendidikan Karakter Islam Dalam Merespon Fenomena Drama *Boys Love*

Pendidikan karakter Islam merupakan sebuah fondasi yang menekankan penanaman nilai-nilai moral sebagai tujuan utama. Selaras dengan tujuan diutusnya Nabi sebagai rasul, yakni menyempurnakan akhlak manusia (Hidayatulloh & Sof'i, 2024). Seperti dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, Rasulullah SAW bersabda: “*sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan akhlak yang mulia*”. Dalam menghadapi fenomena budaya populer seperti drama BL, pendidikan karakter tidak hanya berfungsi sebagai instrumen pelarangan saja, tetapi juga sebagai landasan nilai yang membimbing remaja agar mampu menyaring, memahami, dan bersikap kritis terhadap berbagai konten yang mereka konsumsi.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa upaya yang dapat dirumuskan sebagai respon pendidikan karakter Islam terhadap fenomena populernya drama BL, yaitu:

a. Penguatan Literasi Media Berbasis Nilai Islam

Pendidik dan orang tua perlu membekali peserta didik dengan kemampuan berpikir kritis dalam mengonsumsi konten media, termasuk kemampuan mengidentifikasi nilai-nilai yang terkandung dalam sebuah tayangan dan menimbanginya dengan kerangka akidah dan akhlak Islam, sejalan dengan pentingnya literasi digital berbasis nilai kesantunan dan etika yang ditekankan Kemendikbud (dikutip dalam Adab Pergaulan di Era Digital, 2026).

Kajian mengenai etika literasi digital menunjukkan bahwa ketika guru mengintegrasikan materi tentang etika dalam bermedia sosial, kemampuan menyaring konten dan informasi, serta nilai *rahmatan lil alamin* dalam pembelajaran dapat membentuk sikap peserta didik yang lebih bijak dan bertanggung jawab ketika menggunakan media sosial (Haryanti & Indriani, 2025, dikutip dalam Yulastri dkk., 2025). Dalam risetnya Yulastri dkk. (2025) merumuskan model integrasi literasi digital Islami dalam proses pembelajaran, yakni:

1. Menganalisis konten dakwah di media sosial
 2. Proyek produksi konten dakwah digital (membuat *short content* berupa *reels*, poster digital, atau *short video*). Proyek ini bertujuan untuk mendorong peserta didik agar tidak hanya menjadi konsumen konten, namun juga menjadi produsen konten positif yang bertanggung jawab.
 3. Penggunaan media digital dalam pembelajaran. Pemanfaatan video interaktif, dan forum diskusi digital dapat menguatkan literasi keislaman sekaligus literasi digital peserta didik. Dalam konteks ini, guru tidak hanya melarang peserta didik untuk menghindari konten-konten yang menampilkan hubungan sesama jenis, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai cara menilai pesan, nilai, dan representasi yang terdapat dalam tayangan tersebut.
- b. Penguatan Komunikasi Dalam Keluarga

Perbandingan pemikiran Lickona dan Abdullah Nashih Ulwan menegaskan bahwa keluarga merupakan ruang pendidikan karakter pertama dan paling menentukan (Ahsani, 2014). Komunikasi terbuka, bukan interogatif, memungkinkan orang tua memahami preferensi

tontonan anak sekaligus menjadi mitra dialog dalam menimbang nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Pendekatan ini menuntut perubahan pola relasi orang tua-anak dari pola instruksional (melarang tanpa penjelasan) menuju pola dialogis (bertanya, mendengarkan, kemudian menjelaskan), karena riset menunjukkan bahwa larangan tanpa dialog justru beresiko mendorong remaja mengonsumsi konten secara sembunyi-sembunyi tanpa pendampingan nilai sama sekali.

- c. Penguatan Iman dan Kedekatan Spiritual. Peserta didik dibekali pemahaman yang murni mengenai batasan syariat terkait pergaulan dan kehormatan diri. Peserta didik perlu dilatih mempraktikkan sikap kritis (tabayyun) dalam mengonsumsi tayangan di media digital, sehingga peserta didik mempunyai filter untuk dirinya sendiri bukan hanya sekedar kepatuhan formalitas karena rasa takut.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan tiga hal sesuai tujuan yang dirumuskan. *Pertama*, popularitas drama Boys Love di kalangan remaja Indonesia didorong oleh kombinasi faktor algoritma media sosial, tekanan sosial digital (*fear of missing out*), dan daya tarik emosional-parasosial yang selaras dengan kebutuhan eksplorasi identitas pada masa remaja, sebagaimana tecermin dari skala keterlibatan pengguna pada *platform streaming* seperti Iqiyi, Youtube, Viu dan akun media sosial *fanbase* dram BL Thailand. *Kedua*, dampak konsumsi drama BL terhadap karakter remaja Muslim yakni mencakup potensi normalisasi nilai dan pergeseran persepsi hubungan antar manusia. *Ketiga*, pendidikan karakter Islam dapat diperkuat melalui tiga hal, yaitu literasi media berbasis Islam, pendampingan keluarga, pengendalian diri melalui penguatan iman dan pendekatan spiritual.

DAFTAR PUSTAKA

- Adab Pergaulan di Era Digital. (2026). ABDIMASTA: *Jurnal Pengabdian Masyarakat Asy-Syukriyyah* Tangerang.
- Ahsani, M. (2014). Studi komparasi pemikiran Thomas Lickona dan Abdullah Nashih Ulwan tentang pendidikan karakter keluarga dan sekolah. *Jurnal Didaktika Religia*.
- Ardi Rafsanjani, T., & Abshor, D. A. (2025). Menjaga Moral Remaja di Era Digital: Pandangan Islam Terhadap Media dan Pergaulan Bebas. *Tamaddun*, 26(1), 046. <https://doi.org/10.30587/tamaddun.v26i1.9358>
- Cahyono, P. P. (2025). Pola konsumsi media dan perilaku fujoshi dalam mengapresiasi Boys Love series Thailand (Studi kasus di Kota Yogyakarta). *Commsphere: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 36 <https://ejournal.widyamataaram.ac.id/prosiding-uwm.com/index.php/JKU/article/download/1790/715>
- DuangWithYou. (2026, April 19). *Thank you for your love and support* [Post]. X. <https://x.com/i/status/2045890189432901802>
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W.W. Norton & Company.
- GMMTV. (2026, Juli 5). *เพราะความรักสำคัญที่สุด* [Post]. X. <https://x.com/i/status/2073720664583008612>
- Hidayatulloh, R., & Sofri'i, I. (2024). Peran pendidikan Islam dalam membentuk karakter generasi muda yang religius dan moderat. *SINERGI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(11), 1149–1156.
- Krotor. (2025, September 2). BL: The boys' love industry of Thailand—Success beyond all expectations. *Daily Kos*. <https://www.dailykos.com/stories/2025/9/2/2341344/community/BL-The-Boys-Love-industry-of-Thailand-success-beyond-all-expectations/>

- Mutmainah. (2026, 15 Mei). Kenapa Perempuan Muslim Indonesia Menjadi 'Fujoshi' dan Menggandrungi Drama Boys' Love?. *Conde.co*. <https://www.konde.co/2026/05/kenapa-perempuan-muslim-indonesia-menjadi-fujoshi-dan-menggandrungi-drama-boys-love/>
- Prakoso, P. S., Alfian, E., Alamsyah, J. I. P. P., Pradana, H. R., & Mubarak, I. (2026). Analisis pembentukan karakter Islami di era media sosial melalui pendekatan pendidikan dan spiritual. *Jurnal Kajian Islam dan Sosial Keagamaan*, 3(4), 1202–1206.
- Resti Yulastri, Putri Ramadhon, & Defriani Defriani. (2025). Integrasi Literasi Digital Islami dalam Pembelajaran PAI untuk Mencegah Dampak Negatif Media Sosial pada Generasi Z. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 3(6), 178–190. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v3i6.1657>
- Sari, A., & Yusuf, Y. (2025). Fenomena Terbentuknya Komunitas Online Penggemar Drama Boys Love Thailand di Aplikasi Whatsapp Group (WAG) “Raikan”. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(3), 2071–2081. <https://doi.org/10.38035/rrij.v7i3.1357>
- Shafira, D., Ardini, I., & Winny, P. (2026). Boy's Love Indonesia sebagai produk budaya: Studi kualitatif penerimaan di kalangan penggemar Boy's Love Asia dan non-penonton. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 7(2), 1519–1526. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v7i2.7787>
- Sianturi, S. F., & Junaidi, A. (2021). Persepsi penggemar pasangan Boys Love (BL Ship) terhadap homoseksualitas. *Koneksi*, 5(2), 302. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i2.10312>
- Time Out Thailand. (2020, June 11). Everything you need to know about Thailand's thriving Boys Love culture. *Time Out*. <https://www.timeout.com/bangkok/lgbtq/thai-boys-love-culture>
- Zarkasyi, H. F. (2018). Tantangan media sosial terhadap akhlak remaja Muslim. *Jurnal Pendidikan Islam*, 6(2), 123–140.