



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga penelitian terdahulu sebagai rujukan dan referensi penelitian. Penelitian pertama dilakukan oleh David Jonathan, seorang mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara program studi Ilmu Komunikasi pada tahun 2015, dengan judul skripsi “Agenda Pemberitaan Kasus Paedofil Pada Surat Kabar “Kompas” (Studi Analisis Isi Kuantitatif).”

Tujuan penelitian yang diteliti David adalah untuk mengetahui dan menganalisis agenda media surat kabar “Kompas” dalam memandang isu paedofil dan pemberitaannya selama tahun 2014. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian David adalah analisis isi kuantitatif dan bersifat deskriptif.

Untuk menganalisis agenda media surat kabar “Kompas” dalam memandang isu paedofil dan pemberitaannya selama tahun 2014, David menggunakan konsep agenda media milik David Weaver, Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw yang tidak memiliki dimensi.

Kesimpulan dari penelitian yang David lakukan adalah surat kabar Kompas belum memasukkan isu paedofil sebagai prioritas agenda media. Dari 22 artikel yang dianalisis, kuantitas berita terkait kasus paedofil selama setahun tergolong sedikit dan penyajiannya pun masih tergolong *straight news* (pembahasan tidak komprehensif).

Perbedaan penelitian milik David dan peneliti terletak pada berita yang akan dianalisis. David meneliti pemberitaan isu paedofil sedangkan peneliti meneliti pemberitaan tentang isu LGBT.

Penelitian kedua dilakukan oleh Ashley Elizabeth Wiktorek, seorang mahasiswi Universitas Liberty, Virginia, Amerika Serikat program studi Strategi Komunikasi pada tahun 2015, dengan judul skripsi “Prohibit, Tolerate, or Prefer (A Content Analysis of Agenda-setting and the LGBT in MSNBC and Fox New).”

Tujuan penelitian yang diteliti Ashley adalah untuk menganalisis berbagai artikel dari *Microsoft National Broadcasting Company* (MSNBC) dan *Fox News* tentang kesetaraan pada perkawinan, iklan *Coca-Cola* pada event olahraga *Super Bowl* 2014, interaksi pemerintah, Phil Robertson, dan kebebasan beragama untuk melihat bagaimana berita-berita ini membentuk gerakan LGBT di Amerika Serikat dan untuk melihat agenda media apa yang ditujukan untuk publik. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian Ashley adalah analisis isi kualitatif dan bersifat deskriptif.

Untuk melihat bagaimana berita-berita di MSNBC dan *Fox News* membentuk gerakan LGBT di Amerika Serikat dan apa agenda media yang digunakan kepada publik, Ashley menggunakan konsep agenda setting milik Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw.

Kesimpulan dari penelitian yang Ashley lakukan adalah MSNBC menggambarkan agenda media yang sejalan dengan agenda LGBT. Namun tidak demikian dengan *Fox News* yang tidak menjalankan jurnalisme yang objektif di dalam penelitian ini, karena sebagian besar artikel menggambarkan kenetralan media yang tidak sejalan atau bertentangan dengan agenda gerakan LGBT.

Perbedaan penelitian milik Ashley dan peneliti terletak pada media yang akan diteliti. Ashley menganalisis berita pada media Amerika Serikat sedangkan peneliti meneliti media dalam negeri, *Kompas*. Perbedaan kedua terletak pada konsep yang dipakai. Ashley meneliti bukan hanya agenda media namun juga agenda publik dari gerakan LGBT sedangkan peneliti hanya akan meneliti agenda media terhadap isu LGBT pada *Kompas*. Perbedaan ketiga adalah objek penelitian Ashley adalah media *online* / daring sedangkan peneliti menggunakan surat kabar. Perbedaan keempat terletak pada metode yang digunakan. Ashley menggunakan analisis isi kualitatif sedangkan peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif.

Penelitian ketiga dilakukan oleh tiga akademisi dari Amerika Serikat, yakni, William L. Benoit, Kevin A. Stein, dan Glenn J. Hansen, dengan judul jurnal “New York Times Coverage of Presidential Campaigns.”

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana surat kabar “New York Times” memberitakan kampanye pemilihan umum presiden di Amerika Serikat pada periode 1952 – 2000. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif dan bersifat deskriptif.

Untuk mengetahui bagaimana surat kabar “New York Times” memberitakan mengenai Pemilu Presiden di Amerika, para akademisi ini menggunakan konsep agenda setting milik Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah “New York Times” lebih dominan memberitakan konten berita mengenai pertarungan suara (*horse race*) dibandingkan dengan topik karakter kandidat, kebijakan, skandal, ataupun informasi pemilih.

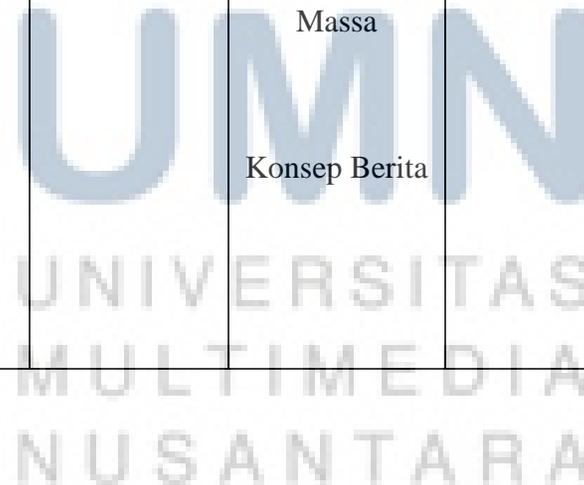
Perbedaan pertama terletak pada berita yang akan dianalisis. Para akademisi dari Amerika ini meneliti topik politik domestik sedangkan peneliti meneliti isu yang lebih luas, LGBT. Perbedaan kedua terletak pada media yang akan diteliti. Peneliti meneliti agenda media pada Kompas sedangkan New York Times sebagai media yang mereka gunakan.

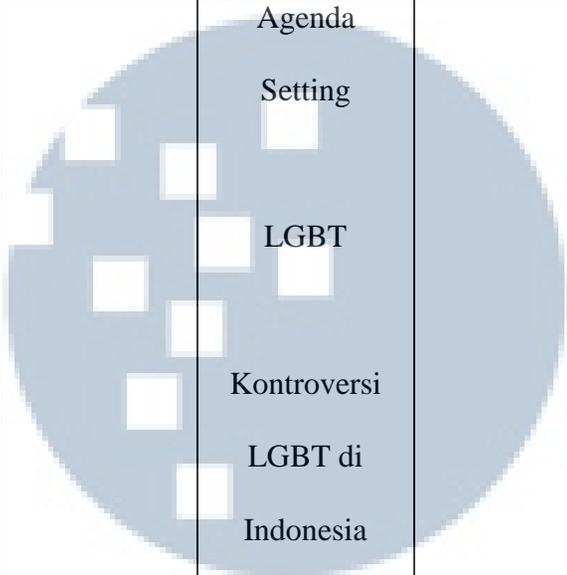
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Teori yang Dipakai	Kesimpulan	Keterangan
1	Agenda Pemberitaan Kasus Paedofil Pada Surat Kabar “Kompas”	David Jonathan	Analisis Isi (Kuantitatif)	Agenda Setting Surat Kabar Konsep Berita Paedofilia	<i>Kompas</i> tidak mengagendakan isu ini sebagai isu prioritas dalam agenda media <i>Kompas</i> .	Objek penelitian berupa artikel berita dalam surat kabar <i>Kompas</i> selama tahun 2014
2	Prohibit, Tolerate, or Prefer: A	Ashley Elizabeth	Analisis Isi (Kualitatif)	Gerakan Sosial	Hasil penelitian menunjukkan MSNBC menggambarkan agenda	Objek penelitian berupa artikel berita

	Content Analysis of Agenda-setting and the LGBT in MSNBC and Fox News	Wiktorek		Komunikasi Massa Teori Agenda-Setting LGBT Agenda LGBT	media yang sejalan dengan agenda publik atau LGBT itu sendiri. Namun tidak demikian dengan <i>Fox News</i> yang menurut penelitian ini tidak menjalankan jurnalisme yang objektif karena sebagian besar artikel menggambarkan kenetralan media tersebut atau bertentangan dengan agenda publik atau gerakan LGBT.	dari media online MSNBC dan Fox News dengan jumlah total 10 artikel selama 2014.
3	New York Times Coverage of Presidential	William L. Benoit, Kevin A. Stein, dan	Analisis Isi (Kuantitatif)	Teori Agenda Setting	“New York Times” lebih dominan memberitakan konten berita mengenai pertarungan suara (<i>horse race</i>)	Objek penelitian berupa artikel dari surat kabar “New

	Campaigns	Glenn J. Hansen		Teori Fungsional milik William Benoit	dibandingkan dengan topik karakter kandidat, kebijakan, skandal, ataupun informasi pemilih.	York Times” tentang kampanye pemilihan umum presiden di Amerika Serikat pada periode 1952 – 2000.
4	Agenda Media Pemberitaan Isu LGBT Pada Surat Kabar Kompas	Jason Leonardo / 11140110208	Analisis Isi (Kuantitatif)	Surat Kabar Sebagai Media Komunikasi Massa Konsep Berita	-	Objek penelitian berupa artikel berita dari surat kabar “Kompas” terkait isu LGBT periode Januari – Juli 2016



				Agenda Setting LGBT Kontroversi LGBT di Indonesia	
--	--	--	--	--	--

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2. Kerangka Teori dan Konsep

2.2.1. Surat Kabar Sebagai Media Komunikasi Massa

2.2.1.1. Komunikasi Massa

Dalam penelitian ini, komunikasi yang terjadi adalah pada tingkat komunikasi massa. Sebagai salah satu proses komunikasi di tingkat masyarakat, komunikasi massa adalah jaringan komunikasi yang merujuk pada seluruh perangkat titik yang saling terhubung (orang atau tempat) yang memungkinkan penyiaran dan pertukaran informasi di antara mereka. McQuail (2012, h. 18) mengungkapkan bahwa sebagian besar komunikasi massa adalah jaringan yang menghubungkan banyak penerima kepada satu sumber.

Michael Gamble dan Gamble (1986 dikutip dalam Nurudin, 2014, h. 8) selanjutnya menegaskan sesuatu bisa didefinisikan sebagai komunikasi massa jika mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) Komunikator dalam komunikasi massa mengandalkan peralatan modern untuk menyebarkan atau memancarkan pesan secara cepat kepada khalayak yang luas dan tersebar. Seperti surat kabar, majalah, televisi, film, atau gabungan di antara media tersebut.

- 2) Komunikator dalam komunikasi massa dalam menyebarkan pesan-pesannya bermaksud mencoba berbagi pengertian dengan jutaan orang yang tidak saling kenal atau mengetahui satu sama lain.
- 3) Pesan adalah milik publik.
- 4) Sebagai sumber, komunikator massa biasanya organisasi formal seperti jaringan, ikatan, atau perkumpulan.
- 5) Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper* (penapis informasi). Beberapa individu dalam komunikasi massa berperan dalam membatasi, memperluas pesan yang disiarkan. Contohnya adalah seorang reporter, editor film, penjaga rubrik, dan lembaga sensor.
- 6) Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda.

Dari uraian tersebut, dapat ditemukan unsur-unsur penting dalam komunikasi massa yaitu komunikator, media massa, pesan, *gatekeeper*, khalayak (publik), dan umpan balik.

2.2.1.2. Media Massa

Media dalam komunikasi massa disebut sebagai media massa. Media massa tersebut antara lain: televisi, radio, majalah, surat kabar, buku, tabloid, dan film. Menurut Mulyana (2000, h. 75), media massa baik cetak (surat kabar, majalah) memiliki ciri-ciri yaitu untuk ditujukan kepada sejumlah orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen.

Dalam penelitian ini, komunikasi massa terjadi melalui surat kabar yaitu *Kompas*. Surat kabar *Harian Kompas* menyampaikan informasi secara massal dan masyarakat pun dapat mengakses informasi tersebut.

2.2.1.3. Surat Kabar

Surat kabar merupakan salah satu jenis media massa dalam proses komunikasi (Nurudin, 2014, h. 5). Surat kabar digunakan oleh komunikator (wartawan) untuk menyampaikan pesan kepada khalayak (pembaca surat kabar).

Menurut Effendy (2009, h. 119 - 121), surat kabar memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) *Publisitas*. Surat kabar diperuntukkan kepada khalayak umum, karenanya berita, tajuk rencana, dan lain-lain harus menyangkut kepentingan umum.
- 2) *Universalitas*. Surat kabar harus memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia.
- 3) *Aktualitas*. Yang dimaksud dengan aktualitas adalah kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat kepada khalayak.

Setelah mengetahui ciri-ciri surat kabar, peneliti menggunakan surat kabar Harian *Kompas* dalam penelitian ini karena telah memenuhi ketiga ciri tersebut.

2.2.2. Konsep Berita

McQuail (2012, h. 294) mengatakan bahwa berita adalah sebuah kisah. Kisah berita dapat bernilai sebagai informasi yang berharga atau dapat memuaskan keingintahuan serta *human interest*, di manapun berita tersebut didengar atau dibaca. Namun bagaimanapun juga, dia mengingatkan bahwa sebagian besar kajian mengenai berita berfokus pada konten yang ‘serius’ (misalnya politik dan ekonomi) serta ‘berita langsung’ (*hard news*).

Suatu peristiwa dapat menjadi berita ketika ditemukan dan dilaporkan oleh wartawan atau membuatnya menjadi pengetahuan publik. Hal ini membuat berita sebagai laporan mengenai segala peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang menarik dan penting untuk disampaikan atau dimuat dalam media massa agar diketahui atau menjadi kesadaran umum (Oetama, 1989 dikutip dalam Barus, 2010, h. 26).

Sedangkan untuk penemuan gagasan atau ide berita itu sendiri, Fleming, dkk. (2006, h. 28) menjelaskan bahwa berita secara umum terjadi di luar ruang redaksi dan merupakan tugas jurnalis untuk mencari dan mengumpulkan berita tersebut ke dalam ruang redaksi sehingga dapat

diproduksi kembali ke pembaca. Terkadang berita tidak perlu dicari, namun sering pula jurnalis dituntut untuk terus menggali sampai ditemukannya sebuah berita.

Setiap harinya ada jutaan peristiwa yang memiliki potensi untuk menjadi berita. Namun, tidak semua peristiwa dapat menjadi berita. Oleh karena itu disusunlah nilai-nilai berita untuk menyamakan standar dan ukuran wartawan dalam menentukan berita mana yang perlu diangkat. MacDougall (dalam Eriyanto, 2002, h. 102) menggambarkan nilai berita sebagai berikut:

- 1) *Prominence*, yaitu nilai berita diukur dari kebesaran peristiwanya atau arti pentingnya. Peristiwa yang diberitakan adalah peristiwa yang dipandang penting.
- 2) *Human Interest*, yaitu peristiwa lebih memungkinkan disebut berita kalau peristiwa itu lebih banyak mengandung unsur haru, sedih, dan menguras emosi khalayak.
- 3) *Conflict / controversy*, yaitu peristiwa yang mengandung konflik lebih potensial disebut berita dibandingkan dengan peristiwa yang biasa-biasa saja.
- 4) *Unusual*, yaitu berita mengandung peristiwa yang tidak biasa, peristiwa yang jarang terjadi.

5) *Proximity*, yaitu peristiwa yang dekat lebih layak diberitakan dibandingkan dengan peristiwa yang jauh, baik dari fisik maupun emosional dengan khalayak.

Sumadiria (2006, h. 66) lalu membagi berita ke dua jenis, yaitu berita berat (*hard news*) dan berita ringan (*soft news*). Berita berat menunjuk pada peristiwa yang mengguncangkan dan menyita perhatian, seperti kebakaran, gempa bumi atau kerusuhan. Sedangkan berita ringan menunjuk pada peristiwa yang lebih bertumpu pada unsur-unsur ketertarikan manusiawi, seperti pesta pernikahan bintang film atau seminar. Berita ringan disebut juga dengan *feature*.

Namun Tuchman (dikutip dalam Eriyanto, 2002, h. 109) menambah tiga kategori berita lagi, yaitu:

1) *Spot News*, yaitu subklasifikasi dari berita berkategori *hard news*.

Dalam *spot news*, peristiwa yang akan diliput tak bisa direncanakan. Peristiwa kebakaran, misalnya.

2) *Developing News*, yaitu subklasifikasi dari *hard news*, yang juga termasuk peristiwa tak terduga. Tetapi dalam *developing news* dimasukkan elemen lain, peristiwa yang diberitakan adalah bagian dari rangkaian berita yang akan diteruskan keesokan atau dalam

berita selanjutnya. Di sini, satu berita bisa dilanjutkan oleh berita lain, atau malah dikoreksi oleh berita selanjutnya.

- 3) *Continuing News*, yaitu subklasifikasi dari *hard news*, dimana peristiwa-peristiwa bisa diprediksikan. Proses dan peristiwa tiap hari berlangsung secara kompleks, tetapi tetap berada dalam wilayah pembahasan yang sama pula. Satu peristiwa bisa terjadi kompleks, dan tidak terduga, namun mengarah pada satu tema tertentu.

Selanjutnya McQuail (2012, h. 295) mengingatkan bahwa perhatian kurang diberikan kepada wilayah berita yang barangkali secara kuantitatif dan dalam hal lain lebih penting, khususnya mengenai olahraga, musik, hiburan, gosip selebriti, dan peristiwa humaniora lainnya yang dapat dengan mudah menjadi 'berita'. Ini menunjukkan bahwa berita yang paling dinikmati masyarakat didominasi oleh topik-topik semacam itu dan mereka cenderung memiliki karakter yang internasional, mencerminkan budaya media global.

2.2.3. Agenda Setting

Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw adalah orang yang pertama kali memperkenalkan teori agenda setting (Nurudin, 2014, h. 195). Teori ini muncul ketika mereka menemukan bahwa media dapat mempengaruhi, mengatur dan memberitahu publik apa yang harus dipikirkan (McCombs, 2004, h. 2).

Lebih lanjut mengenai teori agenda setting, media massa selalu mengarahkan kita pada apa yang harus kita lakukan. Media memberikan agenda-agenda melalui pemberitaannya, sedangkan masyarakat akan mengikutinya (Nurudin, 2014, h. 195). Media memiliki kemampuan untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau peristiwa tertentu.

Penyeleksian sebuah peristiwa oleh media dapat terjadi karena kecilnya ruang untuk memuat semua topik. Media bahkan dapat menutup sebuah isu sama sekali. Inilah yang dikatakan oleh Griffin (Kriyantono, 2006, h. 224) bahwa media menyusun sebuah agenda berita yang disajikan kepada publik, dan melalui suatu proses yang mengandung unsur subyektifitas media yang bersangkutan.

Jadi apa yang tersaji dan apa yang ingin disampaikan media pada khalayaknya merupakan suatu bentuk agenda yang disusun berdasarkan pemilihan terhadap sekian isu peristiwa yang terjadi dalam kurun waktu saat ini. Ini juga membuktikan bahwa agenda setting sebagai kekuatan yang dimiliki oleh media untuk memfokuskan perhatian publik pada sebuah isu (Graber, 2000 dikutip dalam Wiktorek, 2015, h. 18).

Griffin (2006, h. 372 - 374) lalu menekankan bahwa dalam suatu media, seorang editor berita atau *gatekeeper* adalah orang yang paling memegang

kuasa atas sebuah agenda yang dibentuk. Jika suatu peristiwa memiliki nilai *prominence* tinggi di mata khalayak, maka berita tersebut berkemungkinan besar untuk dipilih dan ditonjolkan, begitu pula sebaliknya. Inilah yang disebut dengan proses *gatekeeping*. Griffin juga menemukan bahwa untuk menunjukkan seberapa *prominence* dari sebuah peristiwa, McCombs dan Shaw menetapkan dua konsep yaitu berdasarkan panjang dan posisi di sebuah media. Ini menggambarkan bahwa porsi kolom ataupun durasi yang istimewa atau posisi sebagai *headline* dalam media cetak menunjukkan seberapa besar nilai *prominence* pada suatu media.

Dalam agenda setting, terdapat tiga macam agenda yaitu agenda media, agenda publik, dan agenda kebijakan. Littlejohn (1992 dikutip dalam Nurudin, 2014, h. 197) mengatakan teori ini dapat beroperasi dalam tiga bagian sebagai berikut:

- 1) Agenda media itu sendiri harus disiapkan cara penyampaiannya. Proses ini akan memunculkan masalah bagaimana agenda media itu terjadi pada waktu pertama kali.
- 2) Agenda media dalam banyak hal memengaruhi atau berinteraksi dengan agenda publik atau kepentingan isu tertentu bagi publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu memengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya.

3) Agenda publik memengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu.

Oleh Severin dan Tankard Jr (1992 dikutip dalam Nurudin, 2014, h. 198) menyebutkan bahwa ketiga agenda tersebut memiliki dimensi yang berkaitan sebagai berikut:

- 1) Agenda media terdiri dari dimensi *visibility* (jumlah dan tingkat menonjolnya berita), *audience salience* (relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak), dan *valence* (cara pemberitaan suatu peristiwa).
- 2) Agenda publik terdiri dari dimensi *familiarity* (keakraban), *personal salience* (penonjolan pribadi), dan *favorability* (kesenangan).
- 3) Agenda kebijakan terdiri dari dimensi *support* (dukungan), *likelihood of action* (kemungkinan kegiatan), dan *freedom of action* (kebebasan bertindak).

Dalam penelitian ini akan berfokus pada salah satu bentuk agenda yaitu agenda media. Fokus penelitian agenda media saja karena peneliti hanya ingin mengetahui bagaimana *Kompas* menonjolkan isu LGBT dan peneliti tidak perlu untuk mengetahui agenda publik atau LGBT dan agenda kebijakan dari

pemerintah. Media akan menonjolkan isu-isu yang dianggapnya penting dengan memunculkan secara berulang-ulang dalam berita.

2.2.3.1. Agenda Media

Secara singkat, media mengatakan pada masyarakat apa yang penting dan apa yang tidak penting. Media pun mengatur apa yang harus kita lihat, tokoh siapa yang harus kita dukung. Dengan kata lain, agenda media akan menjadi agenda masyarakatnya (Nurudin, 2014, h. 196). Jika agenda media adalah pemberitaan tentang isu LGBT di Indonesia, masyarakat juga akan sama seperti yang diagendakan media tersebut. Dengan kata lain, penyusunan agenda membentuk gambaran atau isu LGBT dalam pikiran masyarakat.

Agenda media juga bisa sengaja dimunculkan. Jika media mengagendakan isu LGBT, berita itu akan menjadi perhatian utama dengan memunculkan berita tersebut di *headline* (halaman muka) maupun dikupas beberapa saat. Agenda yang dilakukan media ini akhirnya akan menjadi agenda pembicaraan masyarakat, meskipun kasusnya sudah lama dilupakan. Semakin gencar media massa memberitakan, semakin hangat dan ramai topik tersebut dibicarakan masyarakat (Nurudin, 2014, h. 196).

Seperti yang telah diterangkan sebelumnya oleh peneliti, Severin dan Tankard Jr (1992 dikutip dalam Nurudin, 2014, h. 198) menyebutkan bahwa agenda media memiliki beberapa dimensi, diantaranya dimensi *visibility*

(jumlah dan tingkat menonjolnya berita), *audience salience* (relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak), dan *valence* (cara pemberitaan suatu peristiwa).

2.2.3.1.1. Visibility

Visibility (Visibilitas) adalah jumlah dan tingkat penonjolan berita. Dalam penelitian ini, dimensi visibilitas akan dikaitkan dengan banyaknya jumlah dan tingkat penonjolan isu pada artikel-artikel Surat Kabar *Kompas* mengenai isu LGBT. Griffin (2006, h. 372 – 374) menemukan bahwa untuk menunjukkan seberapa *prominence* dari sebuah peristiwa, McCombs dan Shaw menetapkan dua konsep yaitu berdasarkan panjang dan posisi di sebuah media. Ini menggambarkan bahwa porsi kolom ataupun durasi yang istimewa atau posisi sebagai *headline* dalam media cetak menunjukkan seberapa besar nilai *prominence* pada suatu media. Dalam hal ini, visibilitas bisa diukur dari jumlah berita dan tingkat menonjolnya berita seperti porsi kolom, posisi yang istimewa.

2.2.3.1.2. Audience Salience

Audience Salience adalah relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak. McQuail (2010, h. 201) mengatakan bahwa dibutuhkan pemilihan yang sesuai dengan prinsip-prinsip yang jelas dan koheren tentang apa yang penting bagi penerima yang dituju dan atau masyarakat. Berita yang

mempengaruhi orang, secara cepat dan jelas bisa dianggap sebagai berita yang relevan.

Tidak semua peristiwa layak dilaporkan, sebuah berita yang layak dilaporkan hanya peristiwa yang memenuhi kriteria “nilai berita” (MacDougall, dikutip dalam Eriyanto, 2002, h. 102) relevannya sebuah berita dengan masyarakat dapat diukur melalui nilai berita yang terkandung dalam sebuah berita itu sendiri. Semakin banyak nilai beritanya maka semakin tinggi tingkat relevansinya suatu berita dengan masyarakat. Yang termasuk ke dalam nilai berita adalah *human interest, proximity, unusual, prominence, conflict*. Dalam hal ini, *audience salience* bisa diukur melalui nilai berita.

2.2.3.1.3. Valence

Valence (valensi) adalah cara pemberitaan suatu peristiwa. Severin dan Tankard Jr (2014, h. 56) mengatakan bahwa valensi dapat diukur dengan cara melihat menyenangkan atau tidak menyenangkannya cara pemberitaan bagi suatu peristiwa. Ini menggambarkan bahwa indikator yang digunakan adalah untuk menentukan arah opini suatu pemberitaan (Kriyantono, 2006, h. 246) sebagai berikut:

1. *Favorable* (mendukung atau positif)

Sikap *favorable* atau positif yang dimaksud adalah bila ada pernyataan atau pendapat / opini yang ditampilkan dalam pemberitaan pada surat kabar secara eksplisit dan implisit mendukung yaitu dengan memuji, menyanjung, menyetujui suatu topik pemberitaan tersebut.

2. Netral

Sikap netral yang dimaksud adalah apabila pernyataan pendapat atau opini dalam tajuk rencana yang dilontarkan baik itu secara eksplisit maupun implisit tidak bersikap memihak atau netral tentang topik pemberitaan tersebut.

3. *Unfavorable*

Sikap *unfavorable* atau negatif dimaksudkan bila pernyataan pendapat atau opini ditampilkan tajuk rencana dalam surat kabar secara eksplisit maupun implisit tidak mendukung yaitu dengan nada mencela, meremehkan, menolak topik pemberitaan tersebut.

2.2.4. LGBT

Istilah LGBT berasal dari empat kata, yaitu lesbian, gay, biseksual dan transjender. Dalam konteks media, surat kabar *New York Times* merupakan yang pertama yang menggunakan kata 'gay' pada artikelnya, menggantikan kata 'homoseksual' (Eaklor, 2008, h. 2). Eaklor menggunakan istilah GLBT,

namun peneliti memfokuskan istilah tersebut menjadi LGBT. Ada beberapa istilah yang dipakai. Dalam bukunya, Linda Rae Bennett dan Sharyn Graham Davies melabelnya sebagai GLBTI, yaitu gay, lesbian, biseksual, transjender, dan interseks (Bennett dan Davies, 2015, h. 2).

Sejarah LGBT di Indonesia ditentang oleh kelompok konservatif Islam yang menghambat perkembangan komunitas atau kampanye yang berhubungan dengan LGBT (Bennett dan Davies, 2015, h. 7). Walaupun beberapa kali dianggap sebagai bentuk kriminalisasi, homoseksual tetaplah legal di Indonesia, dengan pengecualian Daerah Istimewa Aceh yang menegakkan hukum Syariah. Melalui organisasi pelopor *gay* dengan nama Gaya Nusantara, keberadaan kelompok minoritas telah muncul sejak 1987. Bahkan organisasi ini diperbarui menjadi Yayasan Gaya Nusantara pada tahun 2012 melalui pengesahan dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Yayasan Gaya Nusantara, para. 1).

Magnuson (1990 dikutip dalam Wiktorek, 2015, h. 21) berargumen bahwa kultur, moral, dan lainnya pada sebuah lingkungan sosial membentuk apa yang kita anggap normal, dan berbagai perilaku atau norma yang berada di lingkaran tersebut dianggap sebagai penyimpangan. Untuk mendukung kampanye dan tujuan komunitas LGBT, yaitu menuntut toleransi dan dukungan dari masyarakat, Magnuson membuat tiga syarat tujuan ini sukses dijalani. Tiga wacana itu adalah (a) mencabut seluruh hukum yang menentang

homoseksual, (b) meminta hak yang sama dengan mereka yang heteroseksual, dan (c) meminta hukum yang memberi hak istimewa khusus yang membantu kaum homoseksual dan tidak berlaku pada orang yang memiliki orientasi seksual normal. Ketiga tujuan ini menurut Magnuson akan memacu respon dari masyarakat, apakah mereka akan melarang, mentolelir dan / atau memilih tujuan utama komunitas LGBT. Dan penggunaan media merupakan cara yang paling ampuh untuk mencapai tujuan tersebut.

2.2.5. Kontroversi LGBT di Indonesia

Dalam tulisan opini di harian *Kompas*, Adihartono (2016, h. 7), seorang doktor bidang sosiologi mengatakan bahwa kajian ilmu sosial di Indonesia tidak menyediakan tempat bagi hal-hal yang rumit dan sensitive. Hal tersebut senada dengan Bennett dan Davies (2015, h. 2), dua akademisi asal Australia yang menyebut aktivitas lesbian, gay, biseksual, dan transjender dianggap sebagai aktivitas hura-hura dan seks semata sehingga tidak layak untuk dijadikan kajian akademis.

Kontroversi LGBT tidak dapat dipungkiri terjadi ketika pemerintah merancang Undang-Undang Pornografi pada tahun 2006 (Bennett dan Davies, 2015, h. 6). Rancangan tersebut dinilai menekan mobilitas perempuan, wajib berjilbab, dan seks di luar nikah yang dianggap sebagai tindakan kriminal.

Termasuk di dalamnya adalah tekanan atas seksualitas komunitas LGBT (Allen, 2007, h. 101).

Undang-undang tersebut, menurut Allen (2007, h. 103) sebagai momentum untuk memasukkan hukum Islam ke dalam konstitusi, yang diinisiasi oleh militan Islam yaitu Front Pembela Islam (FPI). Provokasi secara terus menerus oleh kaum konservatif Islam yang bertujuan untuk menekan kebebasan orientasi seksual dalam masyarakat juga mendorong agenda LGBT untuk terus menkomunikasikan LGBT sebagai hak manusia. Melalui internet dan sosial media sebagai instrumen dalam mengkampanyekan LGBT, jumlah komunitas LGBT terus bertambah hingga mendorong banyaknya demonstrasi oleh masyarakat dari berbagai kalangan (Bennett dan Davies, 2015, h. 7). Pada tahun 2012, aktifis dan perintis GAYa NUSANTARA Dede Oetomo memajukan diri sebagai calon komisioner Komnas HAM. Hal ini dinilai oleh Bennett dan Davies (2015, h. 8) bahwa LGBT adalah bagian dari hak asasi manusia.

Bennett (2005, h. 32) menyebut bahwa dampak modernisasi dan globalisasi pada masyarakat Indonesia merupakan pelaku atas transformasi seksual yang terjadi di anak-anak muda Indonesia. Diskriminasi oleh publik yang beramai-ramai mengasingkan, merendahkan, atau menolak mereka sebagai anggota masyarakat “normal”, bahkan melakukan serangan fisik

merupakan fakta kehidupan sosial yang tidak mudah bagi mereka yang berorientasi seksual tidak normal.

Hal ini memicu media dan label LGBT (lesbian, gay, biseksual, transjender) yang kemudian menimbulkan kontroversi lagi di tahun 2016 (Arahmaiani, 2016, h. 26). Berbagai pernyataan dan perlakuan umum, termasuk pejabat publik, menganggap LGBT merupakan penyakit seksual yang bersifat menular, bukan bawaan sejak lahir. Berikut merupakan perlakuan terhadap kaum LGBT di Indonesia selama Januari dan Februari (Istiyatminingsih, 2016):

Tabel 2.2 Kronologi Perlakuan Terhadap Kaum LGBT di Indonesia

Tanggal & Bulan	Pelaku	Tindakan
24 Januari	Menristek dan Dikti, Muhammad Nasir (PKB)	Melarang organisasi di kampus melakukan kajian LGBT dan meminta polisi menghentikan sebuah acara yang bertujuan meningkatkan

		kewaspadaan terhadap HIV untuk gay dan pria biseksual.
24 Januari	Ketua MPR, Zulkifli Hasan (PAN)	LGBT tidak sesuai dengan budaya kita dan harus dilarang karena tidak sesuai dengan budaya Indonesia.
27 Januari	Front Pembela Islam (FPI)	Menyisir berbagai rumah kos di Bandung mencari kaum lesbian.
28 Januari	Ketua MPR, Hidayat Nur Wahid (PKS)	Penyebaran LGBT kepada anak-anak sekolah di bawah umur merupakan tindakan melanggar hukum, dan kejahatan luar biasa kepada manusia.
3 Februari	FPI dan polisi	Membubarkan seminar tentang LGBT di

		Jakarta.
7 Februari	Gubernur Jawa Timur, Sukarwo	Menggagalkan penyelenggaraan seminar yang bertujuan meningkatkan kewaspadaan dan perlindungan dari virus HIV.
11 Februari	Line Indonesia	Melakukan swasensor dengan menghapus stiker yang dianggap menggambarkan hubungan LGBT, setelah mendapat protes di medsos.
		Melarang TV dan radio menyiarkan program yang mengampanyekan LGBT, terutama

13 Februari	Komisi Penyiaran Indonesia (KPI)	program yang menggambarkan LGBT sebagai sesuatu yang “normal” dengan alasan melindungi anak-anak.
-------------	----------------------------------	---

Sumber: Kompas, 24 Februari 2016

Pemberitaan media secara terus menerus akhirnya memunculkan gerakan anti LGBT. Guru Besar Fakultas Psikologi Unika Atma Jaya, Irwanto (2016, h. 6) menyebut berbagai macam persoalan tumbuh dan mempersoalkan LGBT ke ranah moral dan agama. Bahkan ada pula yang menyebut paedofil identik dengan kaum LGBT (“Dampingi Anak Saat Jelajahi Dunia Maya”, 2016, h. 12).

Walaupun LGBT bukan disebabkan gangguan kesehatan jiwa, para pakar menyebut bahawa fenomena global HIV / AIDS adalah penyakit yang banyak diderita kaum LGBT. Bennett (2005, h. 7) menyebut fenomena ini mendorong pemerintah untuk memfokuskan bidang pendidikan sebagai program pencegahan. Namun meningkatnya jumlah pengidap HIV akibat kemiskinan di negara berkembang seperti Indonesia menjadi kekhawatiran pemerintah atas ekonomi negara (Prihatiningtyastuti dan Kristniati, 2001 dikutip dalam Bennett, 2005, h. 7).

Berdasarkan konklusi dari kontroversi-kontroversi LGBT di atas,
peneliti mengklasifikasikannya ke dalam empat isu, yakni:

- Kriminalisasi
- Kesehatan
- Kemanusiaan
- Seni & Budaya

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3. Kerangka Pemikiran

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran Peneliti

