

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Selama beberapa waktu, berbagai penelitian telah berfokus pada representasi sekaligus isu gender (Lobo et al., 2017) sampai pada pemahaman feminisme (Krijnen, 2020). Termasuk, pada penggunaan konsep *knowledge brokers* (Yanovitzky & Weber, 2018). Penelitian dengan konsep ini telah diteliti sekaligus dibangun oleh Itzhak Yanovitzky dari Rutgers University dan Matthew S. Weber dari University of Minnesota pada 2018 melalui pembahasan peran media sebagai *knowledge brokers* yang memberi pengaruh terhadap proses pembuatan kebijakan publik. Hasil dari konsep tersebut, diimplementasikan pada lima fungsi berbeda.

Penelitian Yanovitzky dan Weber (2018) ini dilakukan melalui sintesis teori dengan berangkat dari permasalahan bahwa media digunakan oleh para pembuat kebijakan sebagai perantara informasi saja. Tindakan tersebut dilakukan dengan berusaha mempengaruhi liputan berita sebagai jalur promosi agenda politik yang dimiliki. Penelitian ini berpendapat, bahwa media berita perlu memperhatikan peran dan fungsi informasi secara lebih mendalam. Penerapannya diimplementasikan lewat konsep baru yang dibuat yakni media sebagai *knowledge brokers* dalam proses pembuatan kebijakan. Penelitian dilakukan dengan peninjauan secara mendalam bagaimana keterlibatan media atas kebijakan yang dihasilkan. Hasilnya, ditemukan bahwa informasi kebijakan dinilai memiliki ambiguitas dan kompleksitas tersendiri yang memerlukan media untuk bisa

menyampaikannya kepada publik dan seluruh pihak yang terkait. Oleh karena itu, media memiliki sebuah peranan penting dalam ekosistem kebijakan. Hal ini dikarenakan, media berita merupakan pusat dari arus pengetahuan dan informasi yang memungkinkan secara efektif memberikan dan menyalurkan kepada khalayak (Yanovitzky & Weber, 2018).

Yanovitzky dan Weber (2018) menjelaskan bahwa konsep *knowledge brokers* yang dirumuskan, dijabarkan dalam lima fungsi: *awareness*, *accessibility*, *engagement*, dan *linkage*, serta *mobilization*. Kelima fungsi tersebut dipaparkan dengan mengacu pada contoh kasus yang melibatkan para pelaku kebijakan. Selanjutnya, penelitian ini turut menjelaskan dampak melalui penguasaan *knowledge brokers* oleh media, yakni informasi yang diberikan dan didapatkan mampu mengurangi ambiguitas dengan menawarkan suatu penjelasan. Peneliti memberikan suatu konsep melalui identifikasi dan penjelasan terkait pentingnya fungsi pengetahuan yang kini dilakukan oleh media dalam proses pembuatan kebijakan, serta memaparkan efek dari fungsi konsep tersebut.

Perspektif terhadap proses peran media juga dilihat oleh Elizabeth A. Shanahan, Mark K. McBeth, Paul L. Hathaway, dan Ruth J. Arnell yang berasal dari Montana State University, Idaho State University, serta Jacksonville State University melalui penelitian dengan fokus pada peran media sebagai penyalur atau kontributor dalam pembuatan kebijakan di tahun 2008. Tujuan dari penelitian ini ingin melihat bagaimana media menjalankan perannya; sebagai *conduit* dengan tugas mentransmisikan secara langsung atau *contributor* dengan membangun strategi *framing* dalam mengkonstruksi penyampaian berita (Shanahan et al., 2008).

Fokus penelitian ini dilakukan pada konten pemberitaan terkait isu kebijakan *Greater Yellowstone Area* (GYA) dalam rentang Januari 1986 sampai Juni 2006. Sebanyak 175 berita lokal dan nasional dianalisis untuk menjawab masalah yang dirumuskan guna melihat apakah media menjadi *conduit* bagi para aktor kebijakan, atau membangun konstruksi pemberitaan dengan melaporkan melalui berbagai sumber. Hasil penelitian yang didapatkan menjelaskan bahwa media secara umum sudah menjalankan peran sebagai *contributor* dengan melakukan pengolahan pemberitaan. Akan tetapi, bersamaan dengan itu media masih menjalankan perannya sebagai *conduit* (Shanahan et al.,2008).

Penelitian di atas mampu menghasilkan sudut pandang baru bagi para peneliti yang ingin melakukan konsentrasi pada peran media sebagai *knowledge brokers*. Kedua artikel ilmiah ini memiliki celah baru dengan tidak mengangkat sudut pandang yang lebih spesifik yakni jurnalis. Yaitu, secara langsung jurnalis berperan mengamati, membuat, serta menyampaikan informasi. Oleh karena itu, hal ini akan menjadi peluang bagi penelitian untuk melihat dari posisi jurnalis seperti yang juga dikembangkan oleh Nicole Gesualdo, Matthew S. Weber & Itzhak Yanovitzky (Gesualdo et al., 2019) dari Rutgers University dan University of Minnesota. Artikel ilmiah dirumuskan dengan pendekatan kualitatif lewat wawancara semi-terstruktur pada 22 jurnalis sains di Amerika. Penelitian ini membahas tentang bagaimana jurnalis memegang peran krusial untuk mengembangkan suatu informasi kepada masyarakat secara khusus dalam menyampaikan informasi penelitian/sains. Dalam hal ini, konsep *knowledge brokers* menjadi penting, agar jurnalis dalam melakukan pemberitaan sains mampu

menginterpretasi dengan baik kepada khalayak. Konsep dalam penelitian ini mendorong jurnalis sebagai *knowledge brokers*, bukan hanya karena mereka adalah pusat informasi, tetapi atas nilai yang mereka dapat tambahkan sehubungan dengan penelitian seperti memeriksa bagaimana dan mengapa penelitian tersebut dilakukan, interpretasi sumber, dan penggambaran hubungan atas permasalahan yang diteliti. Jurnalis dapat melakukan hal tersebut karena sudah mengembangkan kompetensi, kapabilitas, dan alat untuk mencapai dan menghubungkan khalayak yang berbeda menjadi satu pemahaman (Gesualdo et al., 2019).

Penelitian berangkat dari konsep yang diterapkan dalam penelitian ini yakni *knowledge brokers* yang menekankan pada lima aspek sebagai fungsi dalam penelitian. Kelima aspek yang tersebut adalah *awareness function*, *accessibility function*, *engagement function*, *linkage function*, dan *mobilization function*. Teknik pengambilan data yang dilakukan oleh Gesualdo, Weber, dan Yavonitzky (2019) dengan wawancara sekelompok jurnalis yang akan menyampaikan rutinitas serta praktik profesionalnya dalam proses peliputan.

Temuan dari penelitian ini (Gesualdo et al., 2019) menjelaskan bahwa jurnalis secara sadar mengikuti rutinitas dan perannya sebagai *knowledge brokers* dengan mempelajari dasar dan penelitian tersebut. Jurnalis juga menggaris bawahi prosedur mereka untuk bisa peka, terhadap hasil penelitian dan tidak kewalahan dengan informasi yang ada. Apabila terdapat kendala untuk mendapatkan informasi, jurnalis akan secara langsung menghubungi peneliti sebagai narasumber untuk melakukan konfirmasi.

Akan tetapi, Gesualdo, Weber, dan Yanovitzky (2019) memberikan suatu kekosongan pada penelitian. Hal tersebut juga disampaikan oleh peneliti yang mengakui adanya keterbatasan pada unit analisis, yaitu sains dan kesehatan saja. Oleh sebab itu, penelitian ini akan dikembangkan dengan mengacu pada unit analisis baru dengan mengangkat isu *Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender* (LGBT) dengan konsentrasi jurnalis di Indonesia.

Lebih lanjut, sudut pandang jurnalis juga dikembangkan oleh Amy Schmitz Weiss dari San Diego State University pada tahun 2019 yang menjelaskan bagaimana peran jurnalis dalam memanfaatkan “lokasi” (Weiss, 2019). Penelitian ini, didasari dengan perkembangan teknologi yang terjadi sehingga memberi efek kepada media untuk bertransformasi. Akan tetapi, transformasi tersebut juga dialami oleh khalayak yang mengubah perilaku untuk mencari informasi dengan tidak hanya berfokus dalam satu lokasi saja. Namun, semakin meluas.

Weiss (2019) melakukan penelitian kepada 21 jurnalis dari tiga media di Amerika dengan menggunakan teori dan konsep dari *spatial journalism* yang mendorong para jurnalis untuk bisa menguasai lokasi atas peristiwa yang ingin dipublikasikan dengan menggabungkan ruang, tempat, dan lokasi. Dalam hal ini, lokasi tidak hanya terbatas pada satu gambar di peta saja, tetapi dijelaskan pula bahwa lokasi mengandung makna yang lebih mendalam sebagai suatu perkumpulan manusia yang di dalamnya mengandung nilai dan kultur. Hal ini dikarenakan, manusia dianggap sudah tidak hanya hidup dalam suatu wilayah atau lokasi secara harfiah, tetapi sudah semakin berpindah-pindah dan membangun suatu budaya baru. Hasil penelitian didapat dengan menemukan jawaban atas pertanyaan yang

diajukan terkait pemaknaan jurnalis atas lokasi dan penerapannya. Hasilnya, ditemukan tiga pemaknaan lokasi yang telah didapat dan diimplementasikan oleh para jurnalis yakni *Location as a meaning maker*, *Location as an organizer*, dan *Location as a communicative challenge*.

Pendekatan “lokasi” sebagai suatu lingkungan dan komunitas dikemas pula sebelumnya oleh Kristy Hess dan Lisa Waller dari Deakin University pada tahun 2016 dengan melakukan pendekatan “lokal” sebagai pendekatan kultural yang dirasa dapat memberikan aspek kritis. Tujuan dari kajian akademik ini, ingin memperluas peluang konsep *hyperlocal* guna memahami kelebihan berita lokal. Menurut peneliti, pendekatan kultur dapat dijadikan sebagai sebuah konsep yang menawarkan potensi besar dalam jurnalisme. Pendekatan tersebut dinamakan sebagai *hyperlocal* dengan pengertian serta pandangan sebagai model berita untuk mengembangkan rasa pada lokasi lewat terbangunnya hubungan sosial (Hess & Waller, 2016).

Lokal sendiri diargumentasikan oleh Hess dan Waller (2016) sebagai kepercayaan dan tidak bergantung pada lokasi nyata. Hal ini dirumuskan dengan menggabungkan berbagai konsep seperti *hyper*, *local*, dan *subculture*. Atas penerapan sintesis ini, ditemukan sebuah kesimpulan bahwa *hyperlocal* sebagai suatu pendekatan menjadi penting untuk dilakukan dalam proses jurnalisme guna menghasilkan pemberitaan yang melibatkan secara langsung kelompok sosial atau “lokal” yang dimaksud.

Menjadi referensi tambahan dalam penelitian ini, dengan turut mengedepankan pemaknaan lokasi sekaligus melakukan pendekatan kultural oleh

jurnalis. Namun, hal ini baru diimplementasikan di wilayah Amerika. Oleh karena itu, terdapat kekosongan geografis. Selain itu, penelitian ini juga tidak spesifik pada satu kategori/komunitas. Dengan demikian, lewat penelitian ini, akan dikembangkan pula dengan fokus pada komunitas minoritas yakni LGBT yang menjadi isu krusial dan negatif di Indonesia.

Sebab, seperti yang disampaikan oleh Marr Carlson dari Saint Louis University pada tahun 2009, dengan melihat sumber secara utuh, akan memberikan pengaruh besar dalam produksi dan representasi suatu hal. Artikel ilmiah Carlson (2009), merumuskan pula proses pemberitaan yang dilakukan oleh jurnalis harus berdasar pada sumber yang tepat. Melalui acuan pada sumber, jurnalis juga perlu mengetahui dengan pasti siapa yang harus direpresentasikan. Hal ini dirumuskan melalui konsep *source provide evidence*, *mutual legitimation*, *source define the news*, dan *competitive definers*.

Pengembangan fokus pada identitas gender sebelumnya juga pernah dilakukan oleh Tonny Krijnen dari Rotterdam University pada tahun 2020 yang menjelaskan secara ilmiah, peranan media bersama dengan gender berjalan berdampingan. Saat itu, media sudah cukup lama mendapatkan perhatian terkait dengan ketidaksetaraan yang terus terjadi dalam bidang gender. Hal ini menurut Krijnen (2020) dipicu oleh ketimpangan budaya pria yang sudah mengakar. Selain itu, jumlah dari jurnalis wanita juga masih jauh dari proporsional jika dibandingkan dengan pria dan juga budaya kerja yang tidak memberi kesempatan adil kepada wanita.

Fenomena ini juga diangkat oleh Paula Lobo, Maria Joao Silveirinha, dan Marisa Torres da Silva, serta Filipa Subtil dari ESEV Instituto Politecnico de Viseu, Universidade de Coimbra, Universidade Nova de Lisboa, dan Instituto Politecnico de Lisboa pada tahun 2017. Dasar dari penelitian ini karena adanya devaluasi pada peranan wanita di dalam *newsroom*. Dengan demikian, penelitian ini ingin melihat bagaimana pengalaman kerja pria dan wanita dalam *newsroom* dikaitkan pada isu *gender*. Melalui wawancara kepada 18 jurnalis menggunakan sistem wawancara semi-terstruktur, penelitian ini menerapkan metode analisis fenomenologi guna melihat secara mendalam melalui pengalaman responden (Lobo et al., 2017).

Pengusungan topik ini pun didasari karena kemajuan globalisasi yang mampu memberi stimulus persaingan untuk menaikkan kualitas hasil, tetapi tidak terjadi pada kesetaraan kerja dalam proses produksi ataupun perlakuan kerja lainnya termasuk pengambilan keputusan. Penyampaian hasil dari penelitian ini kembali memperkuat argumentasi adanya diskriminasi dalam media itu sendiri dan produk yang dihasilkan. Meskipun jurnalis semakin modern dan di samping adanya peningkatan jumlah jurnalis wanita dalam *newsroom*, tidak menutup suatu akar budaya maskulinitas yang kuat dari pria. Dominasi ini menebalkan garis pembeda dalam gender. Peneliti juga menekankan pentingnya pemahaman gender oleh jurnalis dalam kehidupan profesionalisme kerja (Lobo et al., 2017).

Permasalahan budaya maskulin juga ditemukan pada pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rory Margrath dari Solent University pada tahun 2020. Hal ini dengan melihat perspektif dari jurnalis yang mengakui memiliki identitas LGBT dalam lingkup kerja jurnalis olahraga. Penelitian

Margrath (2020) dengan wawancara 12 orang LGBT ini, melihat sudah adanya diskriminasi dalam pekerjaan yang tidak hanya dialami secara luar dari dimensi gender secara umum. Bahkan, telah terjadi berbagai kasus diskriminasi hingga pelecehan seksual yang dialami oleh jurnalis dalam lingkup kerja.

Margrath (2020) menilai bahwa keterbukaan identitas oleh LGBT dalam dunia kerja sangat sulit dan bergantung pada situasi dan rekan kerja yang dimiliki. Seperti yang sudah dibahas dalam pembahasan sebelumnya, budaya heteroseksual masih sangat mendominasi alur kerja dalam *newsroom*, sehingga produk yang dihasilkan pun masih memberikan efek sudut pandang heteroseksual.

Lain berbeda dengan penelitian sebelumnya, Sekar Arum Mandalia dari Universitas Telkom Bandung pada tahun 2013 membahas topik gender dari sisi produk. Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat kasus korupsi oleh Ratu Atut yang pernah menjadi Gubernur Banten. Teori yang digunakan dalam artikel ilmiah ini adalah pengertian *gender*, *bias gender*, dan pengertian media massa. Hasil dari penelitian ini menjelaskan adanya bias gender yang dilakukan oleh jurnalis dalam memberitakan kasus Ratu Atut, dengan melakukan eksploitasi terhadap privasi yang dimilikinya (Mandalia, 2013).

Beberapa pemaparan sebelumnya tidak membahas dan mengembangkan sudut pandang jurnalis sebagai perantara dan pemberi interpretasi pada eksistensi LGBT. Penelitian yang diolah oleh Margrath (2020) pun hanya menjelaskan bagaimana kondisi dalam *newsroom* dan kurang menjelaskan bagaimana pemaknaan jurnalis sendiri terhadap LGBT dalam proses penulisan berita.

Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan meneliti peran jurnalis sebagai *knowledge brokers* dalam memberitakan isu LGBT.

Karya ilmiah berikutnya merupakan penelitian dari Vincent Sandi Putra (2020) yang mendorong kajian akademik pada relasi media dengan kaum minoritas terutama terkait dengan LGBT yang sampai sekarang masih menjadi polemik di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini dirumuskan dengan melihat bagaimana komunitas LGBT sebagai *audience* membingkai pemberitaan oleh tiga media di Indonesia. Karena media memegang peranan penting sebagai sumber informasi, sehingga memiliki pengaruh besar dalam proses konstruksi identitas yang dilakukan oleh media. Perlu diketahui, LGBT sendiri merupakan sebuah orientasi seksual yang dianggap berbeda bahkan menyimpang di persepsi masyarakat untuk saling menyukai sesama jenis.

Hal ini ditekankan oleh peneliti dari Universitas Multimedia Nusantara sebagai suatu identitas kultural bersamaan dengan Ras, Suku, dan Agama. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pembingkaiian yang dikembangkan oleh Goffman untuk mengandaikan *frame* sebagai bentuk perilaku yang membimbing individu dalam membaca realitas (dikutip dari Putra, 2020, p. 16). Selain itu peneliti menjelaskan bahwa teori *framing* mengarah pada bagaimana sosok individu melihat/menginterpretasi dunia. Pembingkaiian dianggap membantu untuk menyimpulkan atau menyederhanakan kompleksitas sebuah informasi.

Putra (2020), juga menekankan bahwa teori ini menjadi salah satu tujuan untuk memberikan penilaian atau evaluasi kepada media. Dalam penekanan teori yang dimiliki, peneliti berargumentasi bahwa terdapat titik kebaruan dibandingkan

pada penelitian sebelumnya. Yaitu, adanya spesifikasi terkait LGBT sebagai identitas kultural serta menjadi kajian baru apakah identitas kultural tersebut memengaruhi penafsiran terhadap sebuah berita. Untuk melengkapi dan memberi penjelasan secara menyeluruh, penelitian ini juga kembali menegaskan pengertian LGBT dan juga bagaimana peran serta situasi media dan LGBT di Indonesia, baik sebagai pemberi informasi, terbangunnya stigma negatif, dan bagaimana pembingkaiannya tersebut terjadi. Implementasi dari paparan teori dan latar belakang yang diajukan adalah dengan menetapkan paradigma dari penelitian tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah *audience framing*, yang untuk bagaimana pembaca melakukan *framing* pada kasus LGBT. Penelitian tersebut mewawancarai 4 informan LGBT (1 *Lesbian*, 1 *Gay*, 1 *Bisexual*, dan 1 *Transgender*). Dalam proses wawancara, peneliti mengambil tujuh berita dari ketiga media yang diteliti. Hasil dari penelitian yang dilakukan, ditemukan *frame* ‘penyebutan identitas LGBT yang salah.’ Hasil penelitian juga menekankan bahwa tidak adanya kesempatan bagi komunitas LGBT untuk memiliki ‘suara’ dalam pemberitaan. Generalisasi terhadap LGBT juga didapatkan terutama dalam strata ekonomi (Putra, 2020).

Dari penelitian di atas, peneliti merasa penting untuk kembali mengkaji komunitas LGBT dalam pemberitaannya. Namun, dalam penelitian yang akan diajukan, akan menjadikan jurnalis sebagai titik fokus dalam proses penerapan peran *knowledge brokers* pada pemberitaan LGBT.

Selanjutnya, terdapat penelitian oleh Christiany Juditha dari Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BBPPKI) Makassar.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis terkait peran serta segmentasi yang dilakukan oleh majalah sebagai media massa dalam melakukan pemberitaan. Peneliti ingin melihat bagaimana eksistensi majalah yang memiliki segmentasi/fokus tertentu yang dalam hal ini adalah LGBT sebagai suatu komunitas/kelompok yang dianggap minoritas dalam lingkungan masyarakat di Indonesia. Penelitian ini bersifat teori dan analisis pada satu majalah berdasarkan pendapat berbagai ahli/sumber teori. Hasil dari penelitian Juditha (2014) adalah majalah LGBT sebagai media telah berhasil memberikan kesempatan dan wadah untuk menunjukkan eksistensi mereka. Meskipun, masih mendapat tantangan dari berbagai pihak.

Konsep yang dibawakan oleh Juditha (2014) adalah majalah dan kondisi LGBT di Indonesia. Peneliti secara umum memberikan penggambaran dan penjabaran terkait majalah yang memiliki segmentasi untuk memiliki audiens dan pembeli. Majalah dijelaskan juga memiliki dampak yang besar terhadap perubahan kultur. Hal ini karena media majalah dalam prosesnya dan konten yang dipublikasikan, memiliki kedalaman yang lebih dibandingkan media surat kabar lain. Peneliti menggambarkan bahwa majalah telah memiliki berbagai segmentasi gender termasuk LGBT. Pada Indonesia, Juditha (2014) menjelaskan eksistensi majalah LGBT di Indonesia sudah ada, salah satunya adalah *GAYa Nusantara*.

Hasil dari analisis tersebut menunjukkan, bahwa penulis dari media *GAYa Nusantara* merupakan *transgender* dan memperlihatkan adanya pengembangan eksistensi LGBT di Indonesia. Namun, penerimaannya masih sangat kurang di Indonesia. Hal tersebut ditunjukkan dengan penolakan dari beberapa kelompok.

Akan tetapi, kehadiran majalah ini memberikan dampak semakin terbukanya identitas gender di kalangan masyarakat. Majalah dibuktikan sebagai medium yang turut mendukung dan memperkuat keberadaan mereka sebagai individu. Penelitian ini menunjukkan keterampilan media untuk menjalankan fungsinya untuk mempelajari nilai dan tingkah laku dari masyarakatnya. Dari penelitian di atas, terdapat pula sebuah celah penelitian yang dapat diimplementasikan yakni bagaimana dengan jurnalis di media massa pada umumnya? Peneliti ingin melihat apakah jurnalis yang memiliki audiens lebih luas telah mempunyai suatu pemahaman mendalam terhadap apa yang akan diliput atau dijadikan berita termasuk kelompok identitas minoritas seperti LGBT di Indonesia.

Salah satu media tersebut telah dicermati dalam riset tahun 2019 Aina Rosyda Syamila dan Jatmika Nurhadi, dari Universitas Pendidikan Indonesia. Rumusan masalah yang dikemukakan ialah bagaimana media di Indonesia yakni *Tirto.id* melakukan pemberitaan LGBT. Pemilihan media sebagai unit analisis dikemukakan pasca media *Tirto.id* mendapat verifikasi dari jaringan *International Fact-Checking Network* (IFCN) pada tahun 2018. Melalui pendekatan jenis kualitatif dengan analisis wacana kritis, peneliti berusaha menganalisis pemberitaan pada rentang waktu Januari 2018-Februari 2019 lewat struktur kebahasaan: kata, frasa, kalimat, penggunaan metafora, dll (Syamila & Nurhadi, 2019).

Hasilnya, Syamila & Nurhadi (2019) mengacu pada dua strategi dari Theo van Leeuwen terkait penggambaran suatu aktor dalam pemberitaan yakni *Pasivasi* dan *Nominalisasi* yang memberikan kesimpulan pemberian fokus yang baik dari

media *Tirto.id* dalam memproduksi berita tentang isu minoritas LGBT. *Tirto.id* dianggap mampu merepresentasi kaum LGBT.

Lebih lanjut, terdapat pula penelitian yang dirumuskan oleh Meina Astria Utami dari Universitas Pendidikan Indonesia pada tahun 2018 yang membahas bagaimana representasi LGBT pada media *The Jakarta Post* dan *Jakarta Globe* melalui pendekatan kualitatif dan analisis dokumen melalui elaborasi pemberitaan di kedua media pada tahun 2008-2017 (Utami, 2018).

Riset ini menggunakan analisis kritis dari Norman Fairclough yang didasari pada tiga dimensi: deskripsi, interpretasi, dan penjelasan. Hasilnya, media *The Jakarta Post* dinilai merepresentasi komunitas LGBT dengan lebih pasif dibandingkan dengan media *Jakarta Globe*. Media *Jakarta Globe* dinilai mampu memberikan ruang bagi komunitas untuk bisa mengungkapkan dan mengekspresikan sudut pandang yang dimiliki. Namun, secara umum, kedua media tetap dipandang berkontribusi menumbuhkan penerimaan LGBT di Indonesia dengan berusaha memberikan representasi dalam pemberitaan.

Penelitian di atas memberikan suatu stimulus bagi penelitian ini. Melalui penelitian yang sudah dilakukan pada media *Tirto.id* dan *The Jakarta Post*, peneliti memiliki dasar sebagai latar belakang untuk bisa melakukan penelitian lebih lanjut. Hal ini karena, terdapat celah riset yang didapatkan dari kedua penelitian di atas, yakni belum adanya penelitian yang berusaha fokus pada jurnalis dan menelisik proses pembuatan berita dengan mengelaborasi konsep *knowledge brokers*. Oleh karena itu, keseluruhan celah dan pendukung dari penelitian sebelumnya semakin memberi argumentasi perlunya kajian akademik dalam proses peran jurnalis

sebagai *knowledge brokers* dengan melihat bagaimana pemberitaan dan pemaknaan yang dilakukan oleh jurnalis dalam meliput isu LGBT di Indonesia.

Tabel 2.1 Ringkasan Referensi Terdahulu

No.	Judul	Hasil	Relevansi
1.	<i>News Media as Knowledge Brokers in Public Policymaking processes</i>	Berita terkait kebijakan publik dinilai memiliki ambiguitas dan kompleksitas tersendiri yang memerlukan media untuk bisa menyampaikannya kepada publik dan seluruh pihak yang terkait.	Penerapan konsep <i>knowledge brokers</i> yang dapat difokuskan kepada jurnalis.
2.	<i>Conduit or Contributor? The role of media in policy change theory</i>	Media secara umum sudah menjalankan peran sebagai <i>contributor</i> dengan melakukan pengolahan pemberitaan. Akan tetapi, bersamaan dengan itu media masih menjalankan perannya sebagai <i>conduit</i> (pembangun konstruksi).	Memberikan konsentrasi pada peran media sebagai <i>knowledge brokers</i>
3.	<i>Journalists as Knowledge Brokers</i>	Jurnalis sains secara sadar mengikuti rutinitas dan perannya sebagai <i>knowledge brokers</i> dengan mempelajari dasar dan penelitian tersebut sebelum diberitakan.	Sebagai referensi dalam pengembangan di Indonesia dengan fokus identitas kultural LGBT.
4.	<i>Journalists and Their Perceptions of Location: Making meaning in the Community</i>	Ditemukan tiga pemaknaan lokasi yang telah didapat dan diimplementasikan oleh para jurnalis yakni <i>Location as a meaning maker</i> , <i>Location as an organizer</i> , dan <i>Location as a communicative challenge</i> .	Pemaknaan jurnalis dalam menginformasikan kelompok sebagai kaum minoritas.
5.	<i>Hip to be Hyper: The subculture of</i>	<i>Hyperlocal</i> sebagai suatu pendekatan menjadi dalam	Referensi tambahan dalam penelitian

	<i>excessively local news</i>	proses jurnalisisme guna menghasilkan pemberitaan yang melibatkan secara langsung kelompok sosial atau “lokal” yang dimaksud.	ini, dengan turut mengedepankan pemaknaan lokasi sekaligus melakukan pendekatan kultural oleh jurnalis.
6.	<i>Dueling, Dancing, or Dominating? Journalists and Their Source</i>	Merumuskan proses pemberitaan yang dilakukan oleh jurnalis harus berdasar pada sumber yang tepat.	Sebagai penguat dalam penelitian <i>knowledge brokers</i> yang ingin menyingkap proses produksi dalam berita LGBT.
7.	<i>Gender and Media</i>	Media sudah dikenal dengan ketidaksetaraan yang terus terjadi dalam bidang gender. Hal ini menurut peneliti pada mulanya dipicu oleh ketimpangan budaya pria yang sudah mengakar.	Analisis pada peran media menjadi dasar dan referensi sekunder dalam menunjukkan minimnya partisipasi gender dalam media.
8.	<i>“In Journalism, We Are All Men”: Material voices in the production of gender meanings</i>	Adanya diskriminasi dalam media itu sendiri dan produk yang dihasilkan. Meskipun jumlah jurnalis wanita dalam <i>newsroom</i> meningkat, tidak menutup suatu akar budaya maskulinitas yang kuat dari pria.	Menunjukkan adanya budaya ‘maskulinitas’ yang kuat dalam <i>newsroom</i> dan mendorong penelitian untuk memfokuskan pada LGBT.
9.	<i>Progress... Slowly, but Surely”: The Sports Media Workplace, Gay Sports Journalists, and LGBT Media Representation in Sport</i>	Telah terjadi berbagai kasus diskriminasi bahkan pelecehan seksual yang dialami oleh jurnalis dalam lingkup kerja. Keterbukaan identitas oleh LGBT dalam dunia kerja sangat sulit.	Menjadi bahan sekunder kajian lebih lanjut guna melihat adanya faktor lain dalam proses peran jurnalis dalam memberitakan LGBT.

10.	Bias Jender Politisi Perempuan di Media Massa. Potret Media dalam Politik Indonesia	Terdapat bias gender yang dilakukan oleh jurnalis dalam memberitakan kasus Ratu Atut, dengan melakukan eksploitasi terhadap privasi yang dimilikinya	Potensial untuk menjadi acuan dalam melihat perspektif jurnalis sebagai produsen informasi.
11.	Evaluasi Media Daring oleh LGBT: Studi <i>Audience Framing</i> Pemberitaan <i>Tribunnews.com</i> , <i>Liputan6.com</i> , dan <i>Detik.com</i> terkait Kasus LGBT di Indonesia	Hasil penelitian menekankan tidak adanya kesempatan bagi komunitas LGBT untuk memiliki 'suara' dalam pemberitaan.	Penelitian tersebut telah berfokus pada audiens dan akan diperkuat lewat penelitian ini pada sisi jurnalis.
12.	Realitas <i>Lesbian</i> , <i>Gay</i> , <i>Biseksual</i> , dan <i>Transgender</i> (LGBT) dalam majalah	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengembangan eksistensi LGBT di Indonesia dengan munculnya salah satu majalah <i>GAYa Nusantara</i> .	Dapat berfokus pada media massa konvensional: penelitian ini berfokus pada majalah spesifik LGBT.
13.	Strategi Eksklusi dalam Pemberitaan <i>Lesbian</i> , <i>Gay</i> , <i>Biseksual</i> , dan <i>Transgender</i> (LGBT) di Media Daring Tirto.id	Pemberitaan <i>Tirto.id</i> mampu merepresentasikan komunitas LGBT berdasarkan analisis wacana yang dilakukan pada produk jurnalistik.	Menjadi acuan pengembangan yang berfokus pada jurnalis bukan pada produk hasil.
14.	Representasi LGBT dan Ideologi Tersembunyi dalam <i>The Jakarta Post</i> dan <i>Jakarta Globe</i>	<i>The Jakarta Post</i> dinilai merepresentasikan komunitas LGBT dengan lebih pasif dibandingkan dengan media <i>Jakarta Globe</i> . Media <i>Jakarta Globe</i> dinilai mampu memberikan ruang bagi komunitas untuk bisa mengungkapkan dan mengekspresikan sudut pandang yang dimiliki	Potensial untuk menjadi acuan dasar penelitian yang akan dikembangkan dengan fokus pada jurnalis melalui elaborasi konsep <i>knowledge brokers</i> .

Sumber: Olahan Peneliti

2.2 Teori atau Konsep-konsep yang Digunakan

2.2.1 Teori Model Hierarki Pengaruh Media

Model ini merupakan hasil pengembangan Shoemaker dan Reese pada tahun 2014 pasca dibentuk pada edisi sebelumnya di tahun 1996. Menurut Adiprasetyo (2015), perbedaan dari pengembangan ini terlihat atas perubahan kategori menjadi *sistem sosial* dari sebelumnya *kekuasaan dan ideologi* serta kategori *media dan kontrol sosial* menjadi *institusi sosial*. Model ini berusaha menjelaskan berbagai faktor dan elemen pengaruh terhadap pesan dari media dari skala makro hingga mikro. Hal tersebut, berangkat dari beberapa kategori hasil elaborasi sebelumnya oleh Gans dan Gitlin yang menjelaskan bagaimana konten dapat dipengaruhi (dikutip dari Shoemaker dan Reese, 2014). Beberapa poin tersebut adalah: *Konten dipengaruhi oleh pekerja media; Konten dipengaruhi oleh organisasi dan kebiasaan media; Konten dipengaruhi oleh institusi sosial; dan Konten dipengaruhi oleh ideologi.*

Menurut Krisdinanto (2014, p. 8), model Shoemaker dan Reese ini mampu menegaskan adanya isi media yang tidak hadir dari 'ruang hampa.' Maksud dari hal tersebut, pesan media sedari awal tidak dibentuk secara netral, tetapi mengandung kepentingan tersendiri dari berbagai pihak. Sejalan dengan sisi yang sama, Adiprasetyo (2015) juga berargumen adanya pengaruh dari berbagai kelompok untuk bisa mengintervensi penyampaian media.

Salah satu contoh di Indonesia, adalah kasus Setya Novanto dengan PT Freeport pada tahun 2015, di mana Novanto pada saat tersebut sebagai pejabat legislatif melakukan pertemuan langsung dengan berbagai pemimpin redaksi media

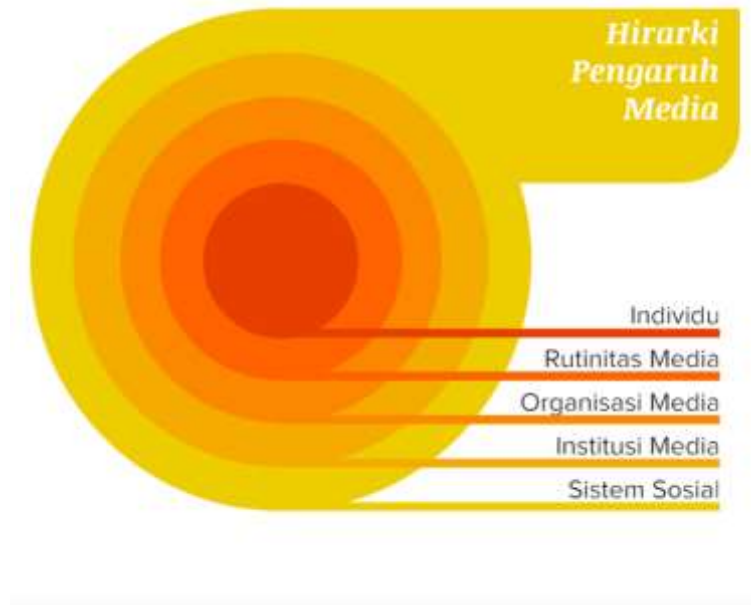
untuk mengemukakan dan menyampaikan informasi yang dianggap benar. Hal tersebut dipandang memiliki relevansi dengan model ini melalui pengaruh sikap politik (Adiprasetio, 2015).

Shomaker dan Reese menjabarkan pengaruh yang diberikan kepada media ke dalam lima tingkat makro hingga mikro: *Sistem Sosial, Institusi Sosial, Organisasi, Rutinitas, dan Individu*. Kelima tingkatan tersebut digambarkan oleh Adiprasetio (2015) ke dalam bagan gambar 2.1 di bawah ini. Pada gambar tersebut, dijelaskan bahwa model dari Shoemaker dan Reese hendak mencirikan berbagai karakter yang berbeda, tetapi membentuk satu-kesatuan sistem yang berkelindan.

Hal ini dapat diistilahkan dengan penggambaran "efek domino." Secara garis besar, penggambaran dan pembentukan model ini memiliki relevansi atau 'benang merah' terhadap penelitian yang berusaha membahas bagaimana jurnalis menjalankan prosesnya sebagai penyalur berita ketika meliput isu LGBT.

Sebab, penelitian yang berusaha menjabarkan proses jurnalis dalam melakukan pemberitaan, juga memiliki kaitan tersendiri dengan berbagai struktural redaksi. Dengan demikian, ini akan menunjukkan apakah terdapat suatu pengaruh dari kebijakan atau aktor di luar jurnalis sebagai individu dalam proses pembuatan produk jurnalistik secara khusus dalam peliputan isu kaum minoritas gender yakni LGBT.

Gambar 2.1 Hierarki Pengaruh Media



Sumber: Adiprasetyo, 2015.

Guna menjelaskan lebih lanjut tiap-tiap tingkatan dan relevansinya dalam penelitian, peneliti berusaha menjabarkan kelima tingkat sebagai berikut.

2.2.4.1 Individu

Pada tahapan ini, Shoemaker dan Reese (2014) menjelaskan tingkat individu yakni jurnalis secara langsung sebagai level dasar dan juga 'garda utama' dari proses pemberitaan. Krisdinanto sendiri mengatakan bahwa peran individu dianggap memberi dampak ke dalam isi pemberitaan itu sendiri. Hal ini dikarenakan, individu dinilai memiliki suatu keyakinan/nilai yang pada akhirnya akan menjadi filtrasi dalam menafsirkan suatu realitas. Nilai atau keyakinan personal ini akan jauh lebih berpengaruh dibandingkan dengan nilai profesionalitas pekerja.

Adiprasetyo (2015) juga menambahkan, jurnalis sendiri digambarkan dalam dua kategori: Jurnalis "netral" atau "partisipan." Dalam dua kategori tersebut, netral sendiri dianggap sebagai wartawan yang hanya jadi sarana "numpang lewat" sebuah pesan. Sebaliknya, bila partisipan akan ada suatu filtrasi dan juga sikap kritis dari seorang jurnalis sebagai individu.

Dengan hal tersebut, penelitian ini akan berusaha menelisik lebih dalam bagaimana pengaruh dari jurnalis dalam peliputan LGBT. Hal tersebut akan dielaborasi dengan konsep yang sudah ditetapkan dan diimplementasikan dalam penelitian, yakni identitas kultural untuk menganalisis bagaimana posisi dari jurnalis secara mendalam.

2.2.4.2 Rutinitas

Tingkat rutinitas yang dimaksud menjelaskan terkait struktur dan kebiasaan dari media dalam proses peliputan. Misalnya, bagaimana media berusaha menjalankan peran sebagai *gatekeeper*, tingkat kecepatan dari media atau jenis penyampaiannya (Krisdinanto, 2014). Adiprasetyo (2014) menambahkan bagaimana tingkat rutinitas berpeluang untuk mengoptimalkan hubungan antara organisasi media dengan sekitarnya. Dalam hal ini, penelitian kemudian merelevansikan faktor tersebut untuk bisa melihat adanya potensi pengaruh rutinitas dan perilaku dari media secara keseluruhan dalam menyikapi eksistensi LGBT.

2.2.4.3 Organisasi

Shoemaker dan Reese (2014) menggambarkan tingkat atau lapisan organisasi berkaitan dengan peran dari para pemangku kebijakan yang

merupakan pemimpin sampai pemilik media. Peran ini memberikan pengaruh besar dalam rutinitas sekaligus arah dari media yang mengatur dan menetapkan berbagai hal seputar pergerakan redaksi. Hierarki media dalam hal ini dipandang oleh Krisdinanto (2014, p. 10) mengesampingkan berbagai nilai yang dimiliki. Termasuk, nilai yang dimiliki oleh individu.

Oleh karena itu, hal ini sesuai dengan argumen dari Adiprasetyo (2015) yang menjelaskan para aktor harus "tunduk" pada struktur dan nilai yang berlaku. Melalui lapisan ini, penelitian dilakukan dengan melihat bagaimana persepsi jurnalis dalam menjalankan perannya sebagai individu atas pengaruh yang didapatkan dari nilai organisasi media.

2.2.4.4 Institusi Sosial

Di samping adanya pengaruh dari individu sampai dengan organisasi media yang dipimpin oleh hierarki, pemberitaan sendiri juga mendapat pengaruh dari berbagai aktor maupun institusi sosial. Dalam hal ini, bisa dilakukan oleh pengusaha, organisasi, bahkan pemerintah secara langsung (Krisdinanto, 2014, p. 12). Hal ini dapat dijelaskan oleh salah satu contoh yang sudah dipaparkan oleh Adiprasetyo (2015) sebelumnya. Dengan demikian, lapisan ini diimplementasikan guna melihat apakah ada suatu tekanan tersendiri yang diperoleh media ketika melakukan peliputan LGBT sebagai suatu isu minoritas di Indonesia.

2.2.4.5 Sistem sosial

Shoemaker dan Reese (2014) sendiri menggambarkan tingkat sistem sosial sebagai tingkat terluar dari seluruh lapisan. Penelitian yang dilakukan

oleh Krisdinanto (2014) juga menggambarkan bahwa sistem sosial yang dimaksud dapat dikategorikan dengan ideologi sebagai sebuah kerangka atau panduan dasar berfikir masyarakat guna mampu menafsirkan suatu realitas. Oleh karena itu, tingkat ini dapat disimpulkan sebagai peran dari masyarakat secara umum yang pada dasarnya memiliki suatu nilai, dasar, dan juga ideologi, melalui penelitian ini, peneliti dengan tingkat lapisan ini dapat melihat bagaimana persepsi dari jurnalis dalam melihat adanya pengaruh dari nilai masyarakat dalam peliputan masyarakat.

2.2.2 Konsep *Knowledge Brokers*

Peran jurnalis sebagai *knowledge brokers* telah dikembangkan oleh Yanovitzky dan Weber (2018) didasari dengan beredarnya berbagai informasi yang mengakibatkan munculnya sebuah peluang ambiguitas dan kompleksitas tersendiri. Media di sini hadir secara langsung untuk memberikan interpretasi yang mampu menghilangkan ambiguitas maupun kompleksitas tersebut kepada khalayak. Pada 2019, konsep ini dilakukan dengan berfokus kepada jurnalis sebagai pembuat informasi (Gesualdo, 2019). Melalui penggunaan *knowledge brokers* sebagai konsep utama dalam penelitian, jurnalis diharapkan mampu menguasai peranan tersebut terutama dalam membahas dan mengangkat isu LGBT di Indonesia yang menjadi komunitas minoritas. Konsep ini pun juga dikembangkan menjadi lima fungsi yakni *awareness*, *accessibility*, *engagement*, *linkage*, dan *mobilization*. Kelima konsep ini pun dijelaskan oleh Gesualdo (2019) sebagai berikut.

1. *Awareness Function*

Pada fungsi ini, jurnalis didorong untuk membuat audiens mengerti bukti penelitian yang disampaikan. Jurnalis perlu membuat rutinitas profesional yang dirancang untuk membuka sekaligus mempelajari bukti penelitian yang relevan. Hal ini dikarenakan, jurnalis memiliki akses terhadap bukti sumber lebih dibandingkan masyarakat. Mereka bisa mengambil, dan mengelola untuk dikonsumsi oleh audiens. Dalam penelitian ini, pemahaman dan inisiatif pengolahan informasi terkait isu LGBT menjadi penting bagi jurnalis yang berkesempatan memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dalam proses produksi. Hal tersebut bisa dilakukan dengan memperkuat riset pendahuluan dan pendalaman istilah atau peristiwa yang terkait dengan LGBT sebagai sebuah komunitas minoritas.

2. *Accessibility Function*

Fungsi ini ingin menekankan bahwa jurnalis perlu mengumpulkan dan membandingkan bukti dari berbagai sumber. Hal ini karena jurnalis memiliki akses yang luas untuk mendapatkan informasi faktual dengan sumber beragam. Hal ini didasari dengan tanggung jawab jurnalis untuk menjadi *fact-checker* guna mencegah misinformasi. Sejalan dengan itu, Wendratama (2017, p. 42) juga menekankan ketelitian jurnalis dalam menjalankan perannya untuk menentukan informasi yang kredibel dan relevan.

Accessibility juga tidak hanya berlaku untuk jurnalis saja, tetapi juga dapat diterapkan kepada hasil produk melalui penyederhanaan suatu peristiwa/isu yang memiliki kompleksitas tinggi kepada khalayak. Oleh karena itu, masyarakat dapat memahami dengan mudah. Hal ini dapat berlaku pula tidak hanya dalam suatu penelitian. Akan tetapi, pada suatu kasus/peristiwa sosial yang perlu mendapat suatu interpretasi yang baik dengan pemaparan bukti yang kredibel. Dalam konteks LGBT, jurnalis harus bisa memastikan pemberitaan didasari dengan fakta dan juga memuat informasi yang mempermudah pemahaman masyarakat sambil menjaga substansi pemberitaan.

3. *Engagement Function*

Pada fungsi ini, *Engagement* menjelaskan tampilan jurnalis untuk meningkatkan kemungkinan bahwa konsumen berita akan memahami dan secara kritis menginterpretasinya. Tidak semua peristiwa dapat dipahami dengan mudah. Menurut peneliti, terdapat juga beberapa bukti/penelitian yang akan sulit dipahami oleh masyarakat dan jurnalis perlu untuk berusaha menyampaikan ini kepada audiens dalam beritanya. Jurnalis juga secara rutin menggunakan berbagai cara untuk bisa menyampaikannya (*storytelling*, metafora, dan analogi). Unsur di atas dapat direlevansikan dengan "kedekatan" yang dipegang oleh jurnalis dalam membuat pemberitaan. Dengan demikian, menjadi tantangan bagi jurnalis pada penelitian ini untuk bisa menemukan cara yang tepat dalam membuat penulisan terkait dengan komunitas minoritas LGBT.

4. *Linkage Function*

Jurnalis bisa memfasilitasi tiga tipe koneksi terhadap aktor sosial. Hal tersebut adalah: *Bridging* yakni menghubungkan aktor atau permasalahan di mana belum terkoneksi, *Linking* dengan menghubungkan aktor yang kurang penting atau isu yang lebih penting, dan *Bonding* yaitu memperkuat atau memperlemah koneksi antara aktor atau peristiwa. Relasi tersebut dapat terbangun dengan mengelaborasi representasi melalui keterlibatan komunitas dalam pembahasan komunitas kultural seperti LGBT yang telah dikemukakan dalam beberapa penelitian terdahulu (Weiss, 2019; Hess & Weller, 2016).

5. *Mobilization Function*

Peran ini mengarah terhadap kapasitas jurnalis untuk memotivasi orang lain bertindak dengan berdasarkan pada pengetahuannya. Perlu disadari, cakupan berita mampu memobilisasi pelaku (khalayak) untuk bergerak atas peranan dari jurnalis. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian Feldman (2011) berargumen peran yang diberikan jurnalis dapat memberi dukungan tertentu termasuk dalam membentuk realitas dan diskusi publik. Hal ini menjadi penting ketika jurnalis mengemukakan produk jurnalistiknya kepada masyarakat dalam membahas identitas kultural seperti LGBT. Dengan maksud, bagaimana jurnalis perlu mengemas pemberitaan yang bisa mendorong adanya partisipasi aktif dari masyarakat dalam membahas dan memperlakukan representasi LGBT.

2.2.3 Konsep Media and LGBT

Kehadiran media dan *gender* menurut Krijnen (2020) telah berkelindan selama beberapa dekade. Sejak tahun 1960-an, pembahasan gender sendiri telah hadir di Amerika melalui adanya gerakan kedua dari feminisme. Hal ini, memberi stimulus atas kepekaan masyarakat, termasuk media pada gender. Alhasil, dengan munculnya gerakan tersebut, perlahan isu gender pun semakin terangkat dalam berbagai hal mulai dari keterlibatan di produksi berita (Krijnen, 2020; Lobo et al., 2020) sampai juga topik entitas LGBT yang semakin mengalami perkembangan dan keterlibatannya dalam pemberitaan (Magrath, 2017).

Namun, menjadi catatan penting, relasi antara media dengan LGBT sebagai gender sendiri tidak hadir dengan mudah, bahkan negatif. Sejak tahun 1960an, terdapat berbagai penggambaran maupun pemberitaan global seputar LGBT yang hadir menggunakan istilah “tidak wajar” hingga pada tahun 1974 entitas ini dimaknai suatu penyakit (Editor et al., 1993; Calzo & Ward, 2009; Saroh & Relawati, 2017). Secara sederhana, para peneliti mengatakan, dari segi konteks sendiri, sejarah potret media pada hubungan antara pasangan *gay* dan *lesbian* berkaitan dengan istilah pasangan yang suka 'bergonta-ganti', 'menggelikan', dll. Penggambaran karakter ini tidak hanya terjadi pada media visual seperti televisi, tetapi juga media elektronik. Lebih lanjut, Calzo & Ward (2009a) menjelaskan, representasi LGBT dalam media, termasuk acara komedi sekalipun juga membuat potret yang tidak romantis seperti pada pasangan heteroseksual. Mereka digambarkan seolah-olah punya hubungan yang tidak stabil. Akibatnya,

perundungan pada identitas *gender* ini pun semakin subur pada tahun 2000-an (Padva, 2007).

Dengan demikian, melihat berbagai konotasi serta penggambaran negatif dari media dalam beberapa waktu, idealisme representasi punya urgensi untuk diimplementasikan. Tujuannya, apa yang disampaikan dan digambarkan, dapat sesuai serta memiliki substansi yang tepat dalam pembahasannya (Suryadi, 2011). Hal ini juga didukung oleh McInroy dan Craig (2015) yang mementingkan representasi dan substansi yang tepat untuk bagi LGBTQ. Hal ini dikarenakan, kembali lagi, media memiliki peran yang besar dalam memotret suatu identitas (Calzo & Ward, 2009b).

Dampak yang ditulis, dapat membahayakan kelompok ini dengan kekerasan fisik (McInroy & Craig, 2015, p. 607), mental (Johnson, 2016, p.386), dan memperkuat stereotip negatif (Hu & Li, 2019, p. 165). Namun, sebaliknya dapat pula mengenal dan mendukung komunitas/identitas gender (Calzo & Ward, 2009a). Penggunaan konsep ini dalam penelitian memiliki peranan penting sebagai fondasi dalam menilik hubungan dan relasi antara *media* sebagai pembentuk *gender* (Rahmawati, 2019, p.3).

2.2.2.1 LGBT dan media Indonesia

Secara keseluruhan, kondisi media di Indonesia dalam meliput LGBT cenderung negatif dan diskriminatif. Hal tersebut dijelaskan oleh Rokhmansyah (2020, p. 388) dalam penelitiannya yang menegaskan ada sikap diskriminasi oleh mayoritas media terhadap komunitas LGBT. Secara detail, meski pemberitaan dimulai melalui ragam perspektif dan

pembahasan, misalnya, agama, politik, sosial budaya, dll. Penelitian ini menilai bahwa media secara umum akan bermuara pada posisi yang sama, yakni negatif.

Akan tetapi, hal tersebut tidak berlaku dan terbantahkan pada posisi salah satu media yang telah diteliti oleh Juditha (2014) dengan subjek penelitian yakni majalah *GAYa Nusantara*. Dalam penelitian tersebut, Juditha menjelaskan, meski terpaan persepsi masyarakat terhadap LGBT dinilai negatif, media majalah ini tetap eksis dan menjalankan peran sebagai media. Maksud dari hal tersebut adalah, peran *GAYa Nusantara* untuk mengemukakan sekaligus menanamkan berbagai ideologi yang dimiliki guna membentuk konstruksi sosial. Meski demikian, perlu disadari bahwa media ini memiliki segmentasi khusus pada LGBT.

Lebih lanjut, pada media umum sistem daring, seperti *The Jakarta Post*, *IDN Times*, dan *Tirto.id* nyatanya juga memiliki sisi yang sama. Pembahasan itu dikemukakan dalam penelitian maupun nilai perusahaan yang representatif terhadap kelompok minoritas LGBT. Salah satu penelitian dari Utami (2018), menilai media di Indonesia seperti *The Jakarta Post* telah merepresentasi komunitas LGBT bersama media *Jakarta Globe*. Keduanya, secara umum mampu dan berusaha menyuarakan hak-hak kemanusiaan LGBT dalam pemberitaan. Meski dalam hasilnya, media *The Jakarta Post* masih dianggap pasif dan belum memberikan ruang ekspresi bagi kelompok ini seperti *The Jakarta Globe*.

Selanjutnya, Syamila & Nurhadi (2019) yang turut menyampaikan hasil posisi salah satu media di Indonesia, yakni *Tirto.id*. Kedua peneliti menilai, media tersebut mempunyai daya kritis sekaligus semangat untuk merepresentasi LGBT. Berikutnya, meski belum terdapat penelitian lebih lanjut, media seperti *IDN Times* pun secara tegas menyatakan dan mengampanyekan nilai perusahaan guna melanggengkan usaha pemberitaan non-diskriminatif dan kesetaraan pada isu minoritas, seperti agama, suku, ras, kesetaraan gender, termasuk LGBT. Hal tersebut dikemukakan dalam tagar yang digunakan sebagai identitas media, yakni '#DIVERSITYISBEAUTIFUL' (Utomo & Utomo, n.d).

Berdasarkan penjabaran tersebut, menjadi sangat penting bagi penelitian ini untuk bisa mengelaborasi berbagai sejarah, fenomena, dan juga perspektif media secara global maupun nasional terhadap LGBT sebagai sebuah entitas gender. Hal ini, agar mampu menunjukkan urgensi penelitian guna mendorong media mewakili dan merepresentasi komunitas minoritas secara ideal. Mengingat, berbagai dampak yang bisa didapatkan akibat publikasi dan interpretasi media. Pada penelitian ini, jurnalis diajak untuk menunjukkan relevansi antara posisi media secara keseluruhan dalam meliput pemberitaan isu minoritas secara khusus LGBT yang didasari persepsi jurnalis itu sendiri.

2.2.4 Konsep Identitas Kultural

Bergen & Braithwaite (2009, p.165) menggambarkan sebuah identitas secara umum sebagai bentuk pendefinisian diri, dimulai dengan pertanyaan sederhana "siapakah aku ini?" Selanjutnya, kedua peneliti juga dalam literturnya

mengelaborasi definisi 'identitas' sebagai sesuatu yang ada dalam diri sendiri, unik, dan spesial, sebagai inti dari pribadi.

Kemudian, dengan spesifikasi kultural, peneliti lain menggambarkan identitas kultural sebagai suatu ciri pokok berkaitan erat dengan budaya (Suminar, 2019) yang diartikan dengan nilai kolektif dari suatu kelompok masyarakat (Ruben & Stewart, 2014, p. 94). Identitas kultural tersebut hadir sebagai suatu gambaran maupun panduan bagi individu yang adalah bagian dari kelompok guna bisa menafsirkan satu makna. Selain itu, guna memandu bagaimana seseorang diposisikan atau memosisikan diri dalam suatu peristiwa tersebut (Sarungu & Hastjarjo, 2017; Suryandari, 2017). Oleh karena itu, ada relevansi kuat bagi suatu individu terhadap pemberian interpretasi suatu makna dan peristiwa.

Sejalan itu, Ruben & Stewart (2014, p. 95) menegaskan bahwa segala sesuatu yang kita katakan, kerjakan, dan tafsirkan berasal dari suatu refleksi atas pengalaman, kebutuhan, dan harapan, serta identitas yang selama ini telah terbentuk. Dengan demikian, pada implementasi komunikasinya, semua akan mengacu pada kehidupan diri sendiri. Hal tersebut dapat didefinisikan dalam berbagai hal; ras, etnis, sosio-ekonomi, gender, atau gabungan dari berbagai faktor tersebut (Putra et al., 2018).

Berdasarkan hal tersebut, literatur dan argumentasi di atas mampu memberi suatu relevansi besar dalam penelitian ini. Peneliti berusaha untuk melihat sekaligus memahami proses jurnalis sebagai individu yang memiliki kaitan dan latar belakang kultural tersendiri ketika menginterpretasi eksistensi entitas LGBT identitas yang dipandang minoritas di Indonesia.

Hal ini jauh lebih dalam sebelum tahapan lainnya: mencari, mengolah, dan menginterpretasi pemberitaan isu LGBT. Penelitian ingin menelisik bagaimana sebuah identitas kultural yang dimiliki oleh jurnalis memberi pengaruh atas 'kacamata' yang dipakai ketika memahami LGBT sebagai identitas tersendiri. Pada akhirnya, peneliti dapat melihat dampak identitas kultural yang dimiliki terhadap melakukan proses produksi pemberitaan.

2.3 Alur Penelitian

Penelitian ini akan melihat sejauh mana representasi LGBT dikemukakan dan seberapa dalam pemahaman jurnalis ketika memberitakan kasus LGBT. Hal tersebut akan diimplementasikan melalui wawancara antara peneliti bersama dengan jurnalis pada tahapan pengambilan data. Melalui konsep yang digunakan, dapat dilihat potensi adanya penerapan *knowledge brokers* dalam pemberitaan LGBT pada media yang akan diteliti.

Sejauh ini, berdasarkan pemaparan konsep *knowledge brokers* pada analisis literatur, jurnalis secara ideal dituntut untuk bisa menjalankan kelima peran poin konsep: *awareness*, *accessibility*, *engagement*, *linkage*, dan *mobilization*. Secara sederhana, kelima indikator tersebut ingin menekankan beberapa hal yaitu, tindakan jurnalis untuk memperkuat riset dan pembelajaran isu; menggunakan sumber kredibel yang akurat serta memudahkan pemahaman masyarakat; pemaparan interpretasi dengan penjelasan sederhana; penyediaan keterlibatan komunitas terkait; pengemasan pemberitaan yang mampu memotivasi masyarakat untuk bisa memahami isu ini dengan baik.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menduga jurnalis belum sepenuhnya menjalankan peran *knowledge brokers* yang di mana berusaha secara penuh mempelajari isu ini terutama dalam pemberian ruang ekspresi LGBT yang direpresentasikan. Akan tetapi, peran untuk bisa menggunakan sumber kredibel dapat diakui sudah dilakukan oleh media yang berusaha mengutamakan integritas dan fakta.

Lebih lanjut, penelitian ini juga menduga adanya keterkaitan individu dari jurnalis sebagai entitas yang memiliki latar belakang budaya ataupun lainnya. Hal ini, dinilai memberikan dampak awal pada jurnalis untuk melakukan filtrasi sebelum melakukan pemberitaan. Meski adanya kasus dan juga proses redaksi yang berlangsung sesuai dengan posisi ketiga media dalam pembahasan sebelumnya. Lebih detil, pada pembahasan tersebut dipaparkan adanya indikasi peran dari berbagai elemen seperti organisasi media dan juga sistem sosial yang memandang negatif identitas ini. Akibatnya, besar peluang pembahasan dan representasi yang dilakukan dapat bias dengan latar belakang pandangan dan interpretasi. Namun, adanya identitas kultural juga berpotensi memperkuat idealisme jurnalis untuk bisa merepresentasi LGBT sebagai pihak minoritas di Indonesia.