



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metodologi penelitian campuran. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa metode campuran terdiri atas penggabungan metode yaitu kualitatif dan kuantitatif sehingga data yang diperoleh lebih menyeluruh, objektif, dan dapat diandalkan (hlm.404). Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengambilan sampel yang *random*, menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif, untuk menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2013). Metode kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Sementara metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang dilakukan dengan analisis Bahasa dan perilaku yang menghasilkan data deskriptif mendalam (Taylor & Bogdan, 1998). Penulis melakukan teknik pengambilan data kualitatif dengan cara wawancara dan *focus group discussion* yang didokumentasikan melalui rekaman video, studi eksisting, dan studi referensi.

3.1.1 Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh data dari narasumber (Koentjaraningrat, 1997). Wawancara dilakukan terhadap seorang psikolog klinis, organisasi *queer*, dan individu transgender untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai identitas transgender dan edukasi transgender di Indonesia.

3.1.1.1 Wawancara dengan M. Hilmy Hakim M.Psi

M. Hilmy Hakim M. Psi adalah seorang psikolog klinis dengan spesialisasi dalam menangani masalah identitas gender. Hilmy memiliki pengalaman dalam menangani klien-klien LGBT, serta melakukan studi dalam topik transgender. Penulis mendapatkan kesempatan untuk

mewawancarai Hilmy secara online melalui Google Meet pada 7 September 2021.

Menurut Hilmy, identitas gender, jenis kelamin, maskulinitas dan femininitas adalah hal yang berbeda. Identitas gender adalah konstruksi normatif yang ada dalam masyarakat, dan dapat berbeda dengan jenis kelamin seseorang. Jenis kelamin adalah ciri biologis seseorang yang mencakup hormon, kromosom, dan organ kelamin. Sedangkan maskulinitas dan femininitas adalah seperangkat karakter atau sifat yang tidak terikat dengan gender ataupun jenis kelamin.

Secara definisi, transgender bukan hanya tentang wanita atau laki-laki transgender, namun juga orang-orang trans non-biner. Dalam pembahasan tentang transgender, isu harus dibahas secara menyeluruh. Namun saat ini lampu sorot media Indonesia, dan kasus kekerasan yang terjadi banyak memakan perempuan transgender sebagai korbannya. Di Indonesia, isu LGBT sudah mulai diterima masyarakat, namun sebagian besar penolakan datang dari sudut pandang agama. Namun dalam budaya Indonesia, identitas trans dan non-biner sudah ada sejak lama dan sudah menerimanya.

Dalam wawancara, Hilmy mengutip sebuah studi berjudul “*Sexual Differentiation of the Human Brain in the Relation to Gender Identity and Sexual Orientation*” oleh Ivanka Savic, Alicia Garcia-Falgueras dan Dick F Swaab, dimana identitas gender diteliti secara medis. Dalam studi tersebut, diteliti masa kehamilan dalam periode enam minggu sampai enam bulan, dimana hormon testosteron ibu dapat mempengaruhi pembentukan orientasi seksual dan identitas gender dalam kandungan. Studi tersebut menunjukkan indikasi bahwa bayi kembar identik yang berada dalam kandungan yang sama memiliki orientasi seksual atau identitas gender yang sama. Ini menunjukkan bahwa orientasi seksual dan identitas gender bersifat biologis, bukan pilihan. Hal ini penting untuk dipahami oleh masyarakat dalam edukasi transgender.

Menurut Hilmy, hal-hal yang menjadi miskonsepsi dalam masyarakat adalah bagaimana seorang transgender juga adalah manusia biasa, dengan perbedaan yang hanya terletak pada identitas gender. *Image* seorang transgender juga banyak dikaitkan dengan foya-foya dan hiperseksualitas, sehingga dianggap melanggar agama.

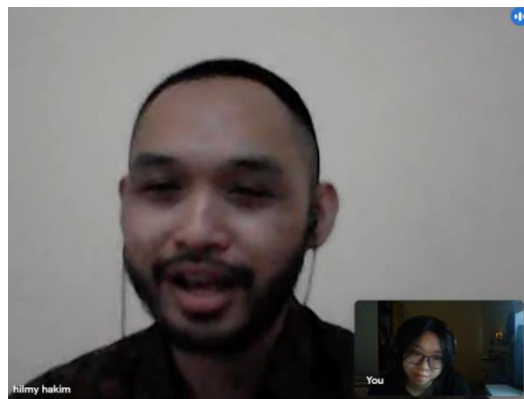
Hilmy juga menyatakan bahwa dalam perkembangan identitas gender, anak-anak transgender mulai merasakan dirinya berbeda pada usia 2-3 tahun. Anak akan mulai melihat tubuh dan gendernya yang tidak sesuai. Tekanan dari lingkungan dan keluarga juga akan menambah tekanan untuk anak. Hal-hal seperti cara berjalan, cara berbicara, perilaku, kesukaan dan perilaku menjadi bahan *bully* dalam lingkungan sosialnya. Hal ini berkontribusi pada pemikiran anak yang merasa bahwa hidupnya adalah kegagalan. Orangtua yang mempunyai anak transgender merasa gagal dalam mendidik anaknya hanya karena identitas gendernya yang berbeda. Persepsi-persepsi ini menimbulkan ketakutan dan frustrasi bagi orangtua, yang dapat menjadi agresi jika tidak ditangani dengan baik.

Oleh karena itu, penting diketahui bahwa menjadi transgender bukanlah pilihan, ataupun hidup yang mudah. Banyak individu trans yang harus hidup dalam ketakutan dan kecemasan, yang menimbulkan gangguan psikologis mulai dari kecemasan sosial, depresi, hingga kecenderungan untuk bunuh diri.

Dalam hal edukasi, nilai-nilai yang penting untuk digarisbawahi adalah kemampuan empati dan toleransi untuk diajarkan semenjak dini. Empati terutama berperan dalam membangun pemahaman tanpa prasangka sehingga seseorang dapat belajar tentang orang lain yang berbeda sebelum menilai baik-buruknya. Edukasi tidak hanya bersifat pengetahuan, namun memancing untuk berpikir secara kritis dan bersifat afektif atau penghayatan. Edukasi ini didapat dari media cerita dan storytelling yang menceritakan tentang kenyataan hidup individu transgender dengan perjuangannya dalam

masyarakat. Contoh media yang digunakan antara lain film atau media berilustrasi.

Target audiens yang ideal untuk edukasi transgender adalah kelompok-kelompok dengan pikiran yang lebih terbuka. Target usia yang mudah untuk menerima edukasi ini antara lain remaja dalam komunitas tertentu dan dewasa. Pada anak-anak, edukasi berfungsi untuk menumbuhkan empati dan keterbukaan, serta menavigasi lingkungan sosialnya untuk mencegah timbulnya prasangka dan bahkan *bullying*. Penting juga untuk *tone* yang digunakan agar tidak menimbulkan glamorisasi dari identitas trans. Namun *approach* target audiens ini dalam konteks Indonesia masih menghadirkan banyak tantangan dan memerlukan riset yang lebih panjang. Adapun untuk meraih target audiens yang berumur 17 tahun kebawah, perlu terlebih dahulu dipahami bahwa banyak orang tua yang masih memiliki ketakutan yang besar berhubungan dengan topik transgender dalam masyarakat Indonesia yang kolektif. Tantangan tersebut berkurang ketika berhadapan dengan target audiens yang berumur 17 tahun ke atas yang sudah dianggap lebih dewasa, terlepas dari orangtuanya.



Gambar 3.1 Screenshot Wawancara dengan M. Hilmy Hakim M. Psi

3.1.1.2 Wawancara Purba Widnyana

Purba Widnyana adalah *communications officer* dan *project manager* dari GAYa Nusantara. GAYa Nusantara adalah pelopor organisasi *gay* di Indonesia yang terbuka dan bangga akan jati dirinya serta tidak

mempermasalahkan keragaman seks, gender dan seksualitas serta latar belakang lainnya. Organisasi ini diperbarui menjadi Yayasan GAYa NUSANTARA melalui pengesahan dari KemenHukHAM. Penulis mendapatkan kesempatan untuk mewawancarai Hilmy secara *online* melalui Zoom pada 13 September 2021.

Menurut Purba, orang-orang transgender adalah mereka yang beridentifikasi dengan label transgender. Secara eksternal seseorang dapat dikategorikan wanita atau pria dari penampilan dan sikap, namun secara internal dan instrinsik gender memiliki unsur yang lebih *fluid* dan ber-*nuance*. Seseorang yang berpenampilan feminim belum tentu beridentifikasi sebagai perempuan, contohnya waria sebagai seorang laki-laki yang berdandan sebagai perempuan, namun bukan merupakan transpuan.

Purba mengatakan bahwa dalam mengukur persepsi masyarakat terhadap orang-orang transgender, masih diperlukan survei yang mendalam. Namun dalam penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh Kemenpppa di tahun 2015, terdapat indikasi kuat bahwa kebanyakan masyarakat masih memiliki prasangka dan kecaman terhadap orang-orang transgender. Masyarakat memiliki persepsi bahwa LGBT adalah penyakit yang dapat menular. Namun dalam penelitian tersebut hanya melingkupi wilayah Jabodetabek saja dengan ukuran sampel yang kecil. Di wilayah tertentu, seperti di kota-kota kecil di Jawa Timur, masyarakat lebih menerima kaum transgender dibandingkan dengan LGB. Oleh karena itu penelitian masih diperlukan.

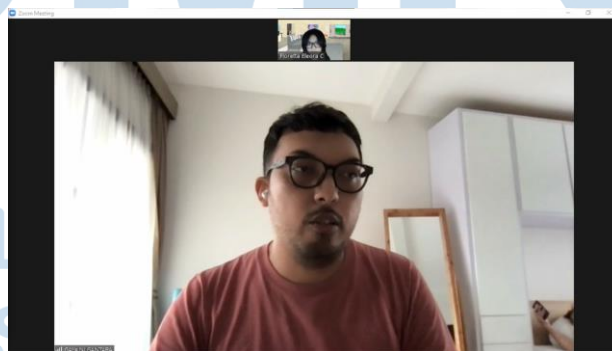
Adapun persepsi negatif dari masyarakat berkaitan erat dengan interpretasi agama. Masyarakat menolak bahwa *queerness*—baik itu homoseksualitas ataupun transgender—sudah ada dalam masyarakat sejak dahulu di Indonesia. Persepsi negatif yang ada dan mendalam pada pendidikan berpotensi untuk dibuatnya kebijakan-kebijakan diskriminatif pemerintah yang tidak berpihak pada masyarakat transgender. Akibatnya adalah masyarakat transgender menjadi tidak diakui baik secara struktural

dan sosial. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat trans tidak memiliki kesempatan kerja yang sama dengan orang-orang cisgender.

Dalam menumbuhkan kesadaran yang organik dalam masyarakat, edukasi menjadi sangat penting. Pendekatan edukatif untuk masyarakat dimulai dari pendidikan seksualitas dan harus dilakukan secara holistik dengan akses yang luas, baik di rumah maupun di sekolah. Adapun yang harus menerima edukasi adalah segala lapisan masyarakat, dari anak-anak hingga dewasa. Meskipun begitu pada saat ini materi SOGIESC dalam pendidikan formal di Indonesia belum mendapatkan dukungan dari pemerintah. Akibatnya, sulit untuk edukasi yang inklusif untuk diajarkan kepada anak-anak ketika pembelajaran di rumah dan di sekolah tidak sejalan. Oleh karena itu, pendidikan SOGIESC dapat dilakukan saat anak sudah dapat mengeksplorasi perspektifnya sendiri di masa remaja.

Pada saat ini sensor menjadi tantangan yang besar dalam mendistribusikan media edukasi, terutama dalam bentuk *print*. Maka diperlukan media yang independen, mudah disebarluaskan, dan minim *censorship*. Media digital adalah media yang baik untuk melakukan hal ini, terutama media sosial. Hal ini sudah dilakukan oleh beberapa kolektif di Indonesia yang melakukan sosialisasi SOGIESC melalui Instagram.

Menurut Purba, dalam merancang konten tentang identitas transgender, hal yang paling kritis adalah berbicara dengan orang-orang transgender langsung.



Gambar 3.2 Screenshot Wawancara dengan Purba Widnyana

3.1.1.3 Wawancara dengan Li

Li adalah seorang laki-laki trans AFAB (*Assigned Female at Birth*) yang tinggal di Malaysia. Saat ini Li berumur 22 tahun dan merupakan seorang mahasiswa. Penulis mendapatkan kesempatan untuk mewawancarai Li secara online melalui Google Meet pada 10 September 2021.

Menurut Li, komunitas LGBT adalah komunitas yang *loud and proud*, sebagai keluarga kecil yang saling mendukung satu sama lain. Menurut Li, orang-orang transgender adalah individu yang tidak beridentifikasi dengan jenis kelamin yang diberikan saat lahir, termasuk orang-orang non-biner. Seorang transgender tidak harus melalui prosedur transisi untuk dapat dikatakan sebagai “trans”.

Li mengetahui bahwa dirinya adalah transgender saat berumur 18 tahun. Ia mulai merasa bahwa dirinya berbeda pada umur 13 tahun, namun saat itu ia tidak mengetahui apa artinya menjadi seorang trans. Saat ia tumbuh besar, ia mengenal istilah gay dan lesbian, namun tidak pernah mengetahui tentang definisi transgender yang sebenarnya. Li mengetahui bahwa ia menyukai perempuan di umur yang sangat muda, namun meskipun pada umur 13 ia menyadari bahwa dirinya berbeda, ia tidak dapat menggunakan label transgender untuk mendeskripsikan dirinya sendiri. Informasi ini ia dapatkan melalui internet melalui seorang influencer transgender yang aktif dalam mengedukasi. Sampai sekarang Li masih belum nyaman untuk mengungkapkan identitasnya sendiri kepada orangtuanya yang memegang keras ideal gender tradisional. Teman-teman Li diberitahu bahwa ia trans ketika ia berumur 19, dan sejak saat itu menunjukkan banyak dukungan untuk Li sebagai seorang laki-laki trans. Mengenal orang-orang trans lain membantu Li untuk mengenal identitasnya sendiri.

Meskipun begitu, Li masih menerima perlakuan yang tidak menyenangkan dari orang-orang yang tidak memahami identitasnya. Hal ini disebabkan karena jarang adanya percakapan tentang identitas transgender yang dianggap sebagai hal tabu di luar dari komunitasnya. Di luar komunitas

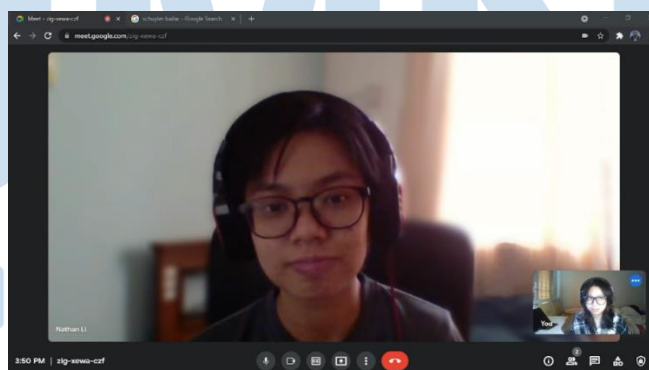
LGBT sendiri, percakapan yang terjadi cenderung bernada negatif. Di Malaysia, untuk melakukan prosedur transisi adalah ilegal dan orang-orang trans tidak diperbolehkan untuk mengganti nama mereka. Beberapa orang trans tidak merasa terganggu oleh aturan tersebut karena mereka menggunakan nama yang berbeda dalam lingkungan sosialnya, namun aturan ini juga berarti sebagai identitas transgender di Malaysia tidak diakui. Selebriti transgender di Malaysia juga banyak dikecam oleh berbagai golongan masyarakat dengan tidak diakui sebagai seorang wanita trans, dan bahkan dimintai “bukti” akan ke-wanitaannya.

Saat bertemu orang-orang baru, Li ingin membuka percakapan tentang identitasnya sebagai laki-laki trans dengan terbuka. Ia ingin orang-orang merasa nyaman untuk membuat kesalahan dan belajar tentang identitasnya. Li ingin orang-orang melihat dan memperlakukannya sebagai dirinya sendiri seperti orang biasa terlepas dari identitasnya sebagai seorang trans, dan terlepas dari penampilannya.

Menurut Li, informasi yang representatif tentang identitas transgender belum banyak diketahui masyarakat, bahkan juga dalam kalangan komunitas LGBT. Contohnya saja, beberapa kali Li menerima panggilan-panggilan yang berarti “tomboy” atau “perempuan yang seperti laki-laki”, meskipun identitas gender Li adalah seorang laki-laki. Konsep-konsep tentang seksualitas dan gender penting untuk dikenalkan bersama edukasi tentang identitas trans. Pada saat ini, Li merasa bahwa edukasi yang tidak terarah pada masyarakat akan menyebabkan guncangan dan oposisi untuk komunitas transgender, dengan beberapa golongan masyarakat yang masih sangat kuat memegang nilai agama yang tradisional dan menolak identitas LGBT. Oleh karena itu target audiens untuk edukasi yang ideal adalah orang-orang muda yang cenderung lebih terbuka pada isu sosial dan belum memiliki bias penolakan yang kuat, serta pemuda-pemuda dalam komunitas LGBT sendiri.

Menurut Li, dalam cerita tentang individu trans adalah cerita tentang kehidupan mereka. Momen-momen kunci dalam cerita ini adalah ketika seseorang belajar tentang identitas mereka, mendapatkan dukungan dari orang-orang di sekitar mereka, jatuh cinta. Cerita tentang seorang transgender tidak harus sedih dan penuh penderitaan. Dalam media, orang-orang trans banyak digambarkan sangat tragis dan sedih. Menjadi trans adalah hal yang melegakan bagi orang-orang transgender, oleh karena itu cerita trans yang lighthearted juga baik untuk ditampilkan. Cerita yang bagus untuk ditampilkan adalah tentang momen-momen hidup yang semua orang rasakan, namun dieksplorasi dari sudut pandang individu trans.

Ketika dimintai saran untuk penelitian ini, Li mengatakan bahwa hal yang paling penting ketika bicara tentang edukasi dan informasi mengenai transgender adalah untuk mendengarnya langsung dari orang-orang trans. Untuk bicara tanpa mendengar perspektif trans, meskipun dengan niat yang baik, dapat menjadi misinformasi yang akan menyakiti posisi komunitas trans secara sengaja ataupun tidak sengaja. Di akhir wawancara, Li menyatakan bahwa pengalaman pribadinya sebagai seorang transgender tidak mewakili seluruh pengalaman transgender secara keseluruhan. Pada akhirnya, semua orang trans adalah unik dan begitu juga pengalaman hidupnya masing-masing.



Gambar 3.3 Screenshot Wawancara dengan Li

3.1.1.4 Wawancara dengan Wawa Reswana

Wawa Reswana adalah *project officer* dari Gaya Warna Lentera Indonesia atau GWL-INA. Dalam GWL-INA, Wawa banyak melakukan kerja yang berhubungan dengan studi, riset dan program yang berhubungan dengan komunitas transgender. GWL-INA berfokus pada isu-isu gay, waria, dan lesbian (GWL) di Indonesia dan bergerak sebagai jaringan penguatan kapasitas kegiatan 83 komunitas GWL di Sumatera hingga Papua Barat. Penulis mendapatkan kesempatan untuk mewawancarai Wawa secara *online* melalui Google Meets pada 28 September 2021.

Menurut Wawa, komunitas transgender adalah kelompok orang-orang yang mengidentifikasikan dirinya sebagai transgender. Adapun transgender dapat dibagi menjadi dua kategori yang jelas terbagi yaitu *Male-to-Female* (MtF) atau yang banyak dikenal sebagai waria atau transpuan, dan *Female-to-Male* (FtM) atau priawan. Namun, secara fisik seseorang yang transgender belum tentu akan terlihat dengan jelas walaupun ia sedang menjalani transisi. Selain itu ada juga masyarakat transgender yang mengidentifikasikan dirinya sebagai non-biner. Namun kelompok ini masih sangat baru, subjektif dan heterogen sehingga belum bisa dikategorikan secara konkrit.

Pemahaman tentang transgender penting untuk dipunyai oleh masyarakat karena kenyataannya orang-orang transgender ada di antara kalangan masyarakat, baik yang terlihat ataupun yang tidak. Adapun di Indonesia, komunitas transgender sering kali tidak diakui, bahkan dianggap sebagai penyakit sosial. Penilaian ini banyak dipengaruhi oleh unsur sosial budaya dan agama. Di Indonesia, identitas gender yang diterima umumnya hanya biner, yaitu laki-laki dan perempuan. Budaya hetero-normatif ini membuat mereka yang tidak cocok di dalamnya menjadi sesuatu yang tidak normal.

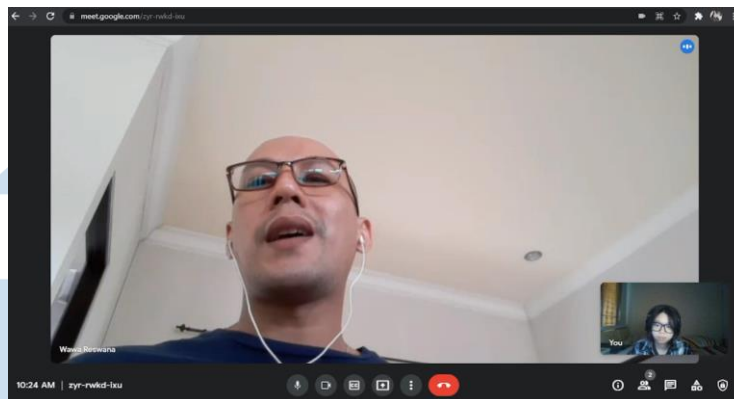
Pemahaman formal tentang identitas transgender tidak lebih urgent dibandingkan aspek lainnya yang lebih konkrit, namun tetap merupakan hal

yang penting untuk diketahui masyarakat luas. Dalam praktiknya, Sebagian besar dari masyarakat mempunyai persepsi dan sikap yang baik terhadap komunitas transgender, namun tidak bisa dipungkiri bahwa ada golongan-golongan yang vokal dalam penolakannya. Pada masa kampanye khususnya, opini-opini publik akan terlihat lebih polar karena adanya penggunaan isu-isu LGBT sebagai politik identitas. Adapun lagi, penting untuk komunitas transgender diakui secara formal dalam level negara yang membolehkan komunitas transgender untuk mengakses layanan publik.

Miskonsepsi masyarakat yang membahas tentang pergantian gender dan operasi gender sebagai syarat untuk seorang transgender, walau tidak salah ataupun benar seutuhnya, juga dapat menimbulkan anggapan bahwa menjadi transgender berarti “gila” atau “menyalahi kodrat”. Padahal seorang individu yang trans melakukan transisi gender untuk mengkonfirmasi gender yang mereka rasakan dengan ekspresi gender eksternalnya.

Adapun edukasi tentang identitas transgender ini perlu diberikan secara hati-hati karena mungkin timbulnya oposisi yang menyebut edukasi sebagai usaha “meng-LGBT-kan Indonesia”. Hal ini dapat menjadi *boomerang* bagi komunitas transgender sendiri. Dalam media arus utama seperti televisi, ada aturan-aturan penyiaran yang melarang ekspresi transgender untuk disiarkan. Oleh karena itu banyak dari komunitas transgender yang beralih ke media alternatif untuk mengekspresikan dirinya. Sebut saja TikTok, Youtube dan Instagram yang tidak hanya menjadi hiburan, namun juga sebagai media untuk mengedukasi. Adapun kreator-creator transgender yang menggunakan media sosial sebagai platformnya adalah Mak Beti, Warintil, Anggun Pradesha dan Oscar Lawalata.

Di akhir wawancara, narasumber diminta untuk memvalidasi *Genderism and Transphobia Scale Revised* (GTS-R) yang telah diterjemahkan oleh peneliti, dan beberapa indikator pemahaman tentang identitas transgender.



Gambar 3.4 Screenshot Wawancara dengan Wawa Reswana

3.1.1.5 Kesimpulan Wawancara

Kesimpulan yang didapatkan setelah melakukan wawancara dengan narasumber adalah pentingnya edukasi tentang identitas transgender dilakukan untuk menciptakan gambaran yang akurat dan representatif dengan komunitas transgender. Dalam hal ini, komunitas transgender adalah semua orang yang mengidentifikasi dirinya sebagai trans, baik itu wanita transgender, pria transgender, atau pun individu non-biner. Walaupun persepsi masyarakat tentang transgender beragam dari segi demografis dan geografis, namun masih terdapat konsensus bahwa ada persepsi negatif yang terutama berasal dari sudut pandang agama. Adapun persepsi ini adalah hiperseksualitas, bahwa transgender adalah pilihan gaya hidup seseorang, dan bahwa transgender adalah penyakit yang menular. Informasi dan persepsi ini dapat mempengaruhi pembuatan kebijakan, diskriminasi sosial, ataupun kondisi psikologis individu transgender. Dalam hal ini, masyarakat harus menerima edukasi transgender. Lapisan masyarakat yang cocok untuk menerima edukasi dan informasi tentang transgender adalah dari golongan remaja dan dewasa dari golongan tertentu yang pemikirannya sudah lebih terbuka. Media yang cocok untuk digunakan dalam penyampaian adalah media digital karena kemudahannya diakses oleh semua orang dan minimnya *censorship* dalam media alternatif. Adapun media informasi baiknya tidak hanya menyajikan data-data, tetapi juga bersifat afektif. Pendekatan yang dapat digunakan adalah melalui cerita atau *storytelling* yang menggugah

empati. Sangatlah penting untuk konten dan narasi yang diambil dalam perancangan media informasi berasal dari perspektif orang-orang transgender sendiri. Meskipun pengalaman setiap individu transgender berbeda, namun setiap pengalaman ini adalah sama validnya.

3.1.2 Kuesioner

Kuesioner diisi oleh 100 responden yang merupakan masyarakat DKI Jakarta berusia 18-25 tahun untuk mengukur tingkat pemahaman dan persepsi tentang identitas transgender, serta mengumpulkan data tentang penggunaan media. Kuesioner dibagikan melalui *Google Forms* dan dilakukan pada 14-20 September 2021. Kuesioner dilakukan dengan metode *non-random sampling*, yaitu sampel kuota, untuk mengambil data dari populasi yang besar dan beraneka ragam. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan Rumus Slovin.

Kuesioner terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama adalah pertanyaan tentang identitas diri, bagian kedua membahas tentang informasi transgender, dan bagian ketiga membahas tentang pemakaian media.

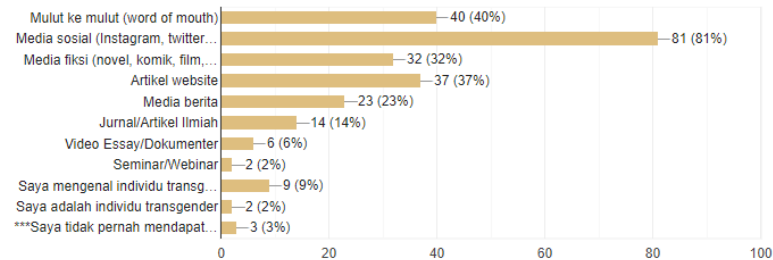
3.1.2.1 Kesimpulan Kuesioner

Pertanyaan pertama mengenai identitas transgender dalam kuesioner adalah tentang wawasan transgender. Pada umumnya, responden sudah familiar dengan istilah “transgender”. Dari seluruh responden, hanya satu yang menjawab tidak pernah mendengar istilah “trans” atau “transgender”. Informasi tentang identitas transgender paling banyak didapatkan dari media sosial (81%), mulut ke mulut (40%), artikel *website* (37%), media fiksi (32%), media berita (23%), jurnal ilmiah (14%) dan lain-lain (<6%). Responden yang mengenal individu transgender sebanyak 9 orang dan responden transgender sebanyak 2 orang.

Tabel 3.1 Grafik Kuesioner

Dari mana anda mendapatkan informasi tentang identitas transgender?

100 responses



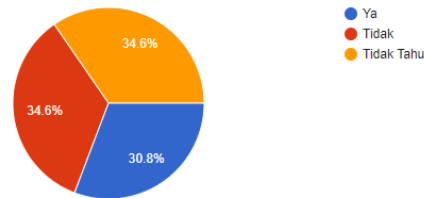
Kuesioner dilanjutkan dengan pemahaman responden tentang identitas transgender. 95% responden menjawab tahu dan paham tentang identitas transgender. Namun, ketika diminta untuk menjabarkan pemahamannya tentang identitas transgender, jawaban responden menunjukkan tingkat pemahaman yang bervariasi. 31 responden mendeskripsikan konsep identitas gender dengan benar, yaitu adanya perbedaan identitas gender dengan karakteristik seks. Dari jawaban tersebut, 19 responden menggunakan terminologi SOGIESC yang akurat yaitu dengan membedakan jenis kelamin dengan gender. Mayoritas responden (64%) memberikan deskripsi yang kurang tepat tentang identitas transgender. 52 responden mendeskripsikan transgender sebagai individu yang sudah melakukan transisi, sementara 12 responden mendeskripsikannya sebagai individu yang melakukan operasi kelamin, atau prosedur operasinya sendiri. 5 responden menjawab tidak tahu. Pada bagian ini, penulis menambahkan sebuah pertanyaan yang diisi oleh 52 responden tentang identitas transgender yang belum bertransisi, di mana 69,2% menjawab tidak atau tidak tahu.

Tabel 3.2 Grafik Kuesioner

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Seseorang yang memerankan gender lain tetapi belum bertransisi adalah transgender.

52 responses



Ini berarti tingkat pemahaman responden secara umum tentang identitas transgender masih kurang tepat, begitu juga dengan pemahaman konsep SOGIESC.

Berikutnya, responden diminta untuk menjelaskan pandangannya terhadap komunitas transgender. Hasil kuesioner menunjukkan responden mempunyai persepsi positif ke netral terhadap transgender. 52 responden memberikan jawaban positif—mendukung komunitas LGBT secara eksplisit, mengekspresikan perasaan positif terhadap komunitas transgender, serta menjunjung kemanusiaan individu transgender. 24 responden mengekspresikan sikap netral, 11 responden memiliki perasaan negatif terhadap komunitas trans, dan 12 responden menjawab tidak tahu.

Pada bagian terakhir, responden diminta untuk menjabarkan perangkat digital yang sering dipakai, beserta dengan media sosial yang sering digunakan. Responden menggunakan *smartphone* (95%), laptop (81%), *desktop computer* (23%), dan lain-lain (6%). Sementara media sosial yang digunakan adalah Instagram (80%), Youtube (65%), LINE (50%), Twitter (28%). Tik Tok (24%), Facebook (17%) dan lain-lain (4%).

Responden menyukai media storytelling, dengan 6 responden menjawab tidak suka. Dari pilihan media storytelling digital yang disediakan, 63 responden mempunyai preferensi terhadap *webcomic*, 49 memilih *mobile game*, 35 memilih *social media storytelling*, 25 memilih *website*, dan hanya 8 memilih buku digital.

3.1.3 Focus Group Discussion

Focus Group Discussion dilakukan penulis untuk menyelidiki wawasan dan persepsi target audiens dewasa muda 18-25 tahun di Jakarta mengenai identitas transgender, ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut, serta preferensi media. Peserta FGD adalah 7 orang yang memenuhi kriteria dari target audiens yang ditentukan, yaitu berpikiran terbuka dan memiliki kepedulian terhadap masalah sosial. FGD dilakukan pada 24 Oktober 2021 melalui Google Meet.



Gambar 3.5 Screenshot FGD

Dari FGD tersebut diketahui bahwa peserta sudah familiar dengan adanya masyarakat transgender di Indonesia, namun merasa bahwa diskusi tentang transgender masih jarang ditemukan dan dirasa tabu. 3 dari 7 peserta mendapatkan informasi mengenai identitas trans melalui media sosial, 2 peserta mendapatkannya melalui media berita, dan 1 peserta pernah bertemu langsung dengan individu trans. Namun seluruh peserta mengaku tidak memiliki teman transgender.

Meskipun begitu seluruh peserta mengaku belum merasa nyaman untuk mendukung masyarakat transgender di Indonesia. Hal ini karena para peserta merasa bahwa Indonesia belum dapat menerima masyarakat trans dengan baik. Selain itu seluruh peserta merasa kesulitan untuk berempati

terhadap orang-orang trans karena tidak dapat memahami rasanya menjadi transgender.

Ketika ditanyakan tentang hal apa yang ingin diketahui tentang transgender, seluruh peserta menyetujui beberapa pertanyaan berikut. Pertama, peserta ingin menanyakan alasan seorang individu trans dapat menjadi transgender. Kedua, peserta ingin menanyakan jika melakukan transisi benar-benar membuat individu trans bahagia, atau malah menyesal.

Seluruh peserta FGD sudah sangat familiar dengan media digital *storytelling*. 6 dari 7 peserta menggunakan waktu luangnya untuk bermain *game*, 6 dari 7 peserta membaca komik dan *webcomic*, dan 2 dari 7 menikmati *short-movie*, 3 dari 7 menikmati series film. 1 orang peserta sudah familiar dengan *interactive story*.

Seluruh peserta yang bermain *game* mengaksesnya melalui desktop *device*. 2 orang bermain *game* melalui *mobile device*. Peserta menyukai game dengan cerita yang tidak hanya satu dimensi, dalam arti memiliki ruang untuk interpretasi dan *challenging*. Adapun peserta berpendapat bahwa adanya bentuk *interaktivitas* membuat sebuah cerita lebih menarik daripada menikmati secara pasif. *Game* yang disukai oleh peserta antara lain, BTS World, Genshin Impact, OMORI, Little Nightmare, Ori and the Blind Forest, Hades dan Sky: Children of the Light. Penulis menyimpulkan dari game yang telah disebutkan oleh peserta adalah *game* yang *story-centered* dengan visual *atmospheric* yang mengeksplorasi tema-tema psikologis.

Peserta yang membaca komik menyukainya karena aksesibilitasnya dengan genre yang sangat beragam. Adapun peserta tidak memiliki preferensi untuk panjang cerita selagi sesuai dengan penyampaiannya.

3.1.4 Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting dengan mengobservasi media digital *storytelling* dengan topik bahasan identitas transgender. Hal ini

dilakukan untuk mempelajari konten dan desain yang digunakan oleh media eksisting. Berikut adalah media eksisting yang dipelajari oleh penulis:

3.1.4.1 *One Night, Hot Springs*

One Night, Hot Springs adalah visual novel dimana pemain bermain sebagai Haru, seorang transpuan di Jepang, yang akan mengunjungi permandian air panas. Game ini mendiskusikan tentang isu transpuan di Jepang. Game ini dapat dimainkan dalam 30 menit dengan 7 ending yang berbeda. *One Night, Hot Springs* dapat diunduh melalui Steam, Google Play dan App Store, serta dapat dimainkan melalui *smartphone*, tablet, ataupun *desktop*.

Plot *game* ini mengikuti sudut pandang Haru yang diajak oleh temannya, Manami, untuk menginap di permandian air panas. Dalam hal ini, Haru mengalami kesulitan karena permandian air panas, atau kerap disebut *onsen*, pada umumnya dibagi berdasarkan gender. Hal ini dikarenakan meskipun Haru adalah seorang transpuan, ia belum mendapatkan *gender-affirming surgery*.



Gambar 3.6 *Gameplay One Night, Hot Springs*
Sumber: npckc (2018)

Gameplay menggunakan tingkat interaktivitas tinggi di mana pemain dapat secara langsung mempengaruhi naratif. Pemain dapat memilih—

sebagai Haru—untuk terus bersembunyi, atau membuka dirinya dan kekhawatirannya pada teman-temannya.

Adapun analisis SWOT yang dilakukan penulis mengenai One Night Hot Springs adalah sebagai berikut:

1) *Strength*

One Night Hot Spring menggunakan interaktivitas tinggi dari sudut pandang orang pertama, sehingga pemain dapat lebih banyak merasakan hal-hal yang dialami oleh karakter utama Haru secara dekat. Secara plot, One Night Hot Spring juga mengeksplorasi tema pertemanan dan penerimaan diri, sehingga dapat dimainkan dan diterima oleh siapa saja. One Night Hot Springs memiliki *setting* tempat di Jepang dan mengeksplorasi isu transgender di Jepang secara spesifik. One Night Hot Springs juga dapat dimainkan di berbagai platform sehingga mudah diakses.

2) *Weakness*

Depiksi karakter pada game ini sangat sederhana dengan menggunakan stilasi. Tokoh transpuan digambarkan sangat mirip dengan tokoh perempuan lainnya. Walaupun ini bukanlah sesuatu yang buruk atau tidak akurat, namun banyak transpuan memiliki fisikalitas seperti Haru. Cerita Haru juga berpusat pada pengalaman trans di Jepang, sehingga walaupun dapat dimengerti, pengalaman yang dialami oleh pembaca di Indonesia mungkin berbeda.

Meskipun *gameplay* menyajikan interaktivitas yang tinggi dengan 7 ending yang berbeda, kebanyakan dari alur cerita yang dilewati adalah mirip. Akibatnya, *replayability* dari *game* cukup rendah.

3) *Opportunity*

Industri *mobile gaming* saat ini memiliki player base yang sangat besar. Selain itu game ataupun media yang menceritakan tentang pengalaman transgender masih sedikit.

4) *Threat*

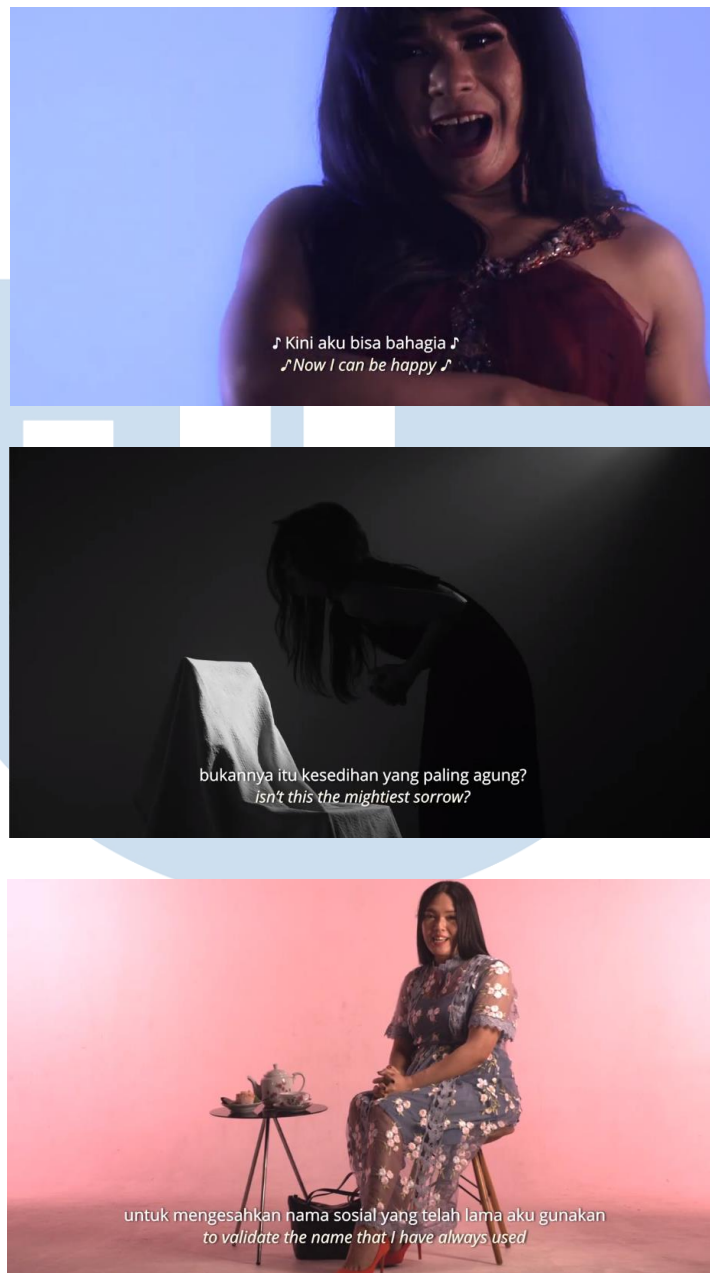
Topik identitas transgender adalah isu yang sensitif sehingga promosi dan distribusinya di wilayah Indonesia masih harus dikontrol.

3.1.4.2 CERITRANS



Gambar 3.7 Identitas visual dan ilustrasi dalam proyek CERITRANS
Sumber: <https://intersastra.com/blog/ceritrans>

CERITRANS adalah sebuah antologi prosa, puisi, dan pertunjukan yang mengangkat suara transpuan. Proyek ini bertujuan untuk meningkatkan dan merayakan suara transpuan serta meningkatkan wawasan, penghargaan, dan empati publik bagi pengalaman masyarakat transgender. Proyek CERITRANS terdiri atas sepuluh cerita, ilustrasi, dan video yang dipublikasi mulai 31 Maret 2021 hingga 19 Juni 2021. Prosa, puisi dan ilustrasi disimpan dalam *website* Sanggar Swara, sedangkan konten video diunggah ke Youtube dengan durasi 9-20 menit.



Gambar 3.8 Video seni pertunjukan CERITRANS
Sumber: Sanggar Swara (2021)

Dalam proyek ini, sepuluh transpuan melalui proses pelatihan menulis untuk menulis cerita yang berdasarkan pengalamannya masing-masing. Lalu ceritanya melalui proses sunting, diilustrasikan, dan diadaptasi menjadi seni pertunjukan. Dalam prosesnya, pihak CERITRANS menyediakan tenaga

psikolog untuk memberikan pertolongan pertama dan dukungan bagi partisipan yang membagikan pengalaman-pengalaman traumatisnya.

Cerita yang sudah selesai kemudian dipublikasikan bersama dengan ilustrasinya, disertai dengan QR code dalam *website* Sanggar Swara, dan juga poster yang dibagikan pada tempat-tempat umum di Jakarta. Kini proyek CERITRANS dapat diakses melalui digital *library* di *website* Sanggar Swara.



Gambar 3.9 Media sosial CERITRANS
Sumber: https://www.instagram.com/unsilenced_/

Adapun analisis SWOT yang dilakukan penulis mengenai proyek CERITRANS adalah sebagai berikut:

1) *Strength*

CERITRANS menampilkan cerita nyata yang ditulis dan dialami sendiri oleh masyarakat transpuan sehingga merepresentasikan komunitasnya dengan baik. Format disalurkan melalui *website* yang mudah untuk dibagikan dan diakses dari platform mana saja. Penggunaan *multiplatform* sehingga menjangkau target audiens yang lebih luas. Produksi video juga sudah dilakukan dengan sangat baik dengan direksi dan teknis yang disesuaikan dengan setiap ceritanya.

2) *Weakness*

Format CERITRANS yang menghadirkan prosa dan puisi melalui *website* yang menggunakan layout teks yang panjang tanpa disertai ilustrasi membuat visual konten terasa berat untuk dibaca. Penggunaan ilustrasi editorial hanya sebatas *cover* saja dan tidak terlalu menambahkan *value* terhadap bacaan. Selain itu visual konten yang digunakan sebagai identitas visual, terutama dalam media sosial cenderung tidak *memorable*, serta tidak sejalan dengan konten cerita yang dramatis. Format video memiliki durasi yang cukup lama untuk ditonton semua.

3) *Opportunity*

Di Indonesia, media mengenai identitas transgender yang melibatkan suara masyarakat transgender secara langsung masih sangat jarang ditemukan.

4) *Threat*

Distribusi konten mengenai komunitas transgender di Indonesia masih harus sangat hati-hati, terutama yang melibatkan anggota komunitas tersebut secara publik. Selain itu platform *publisher* CERITRANS di media sosial belum memiliki banyak audiens.

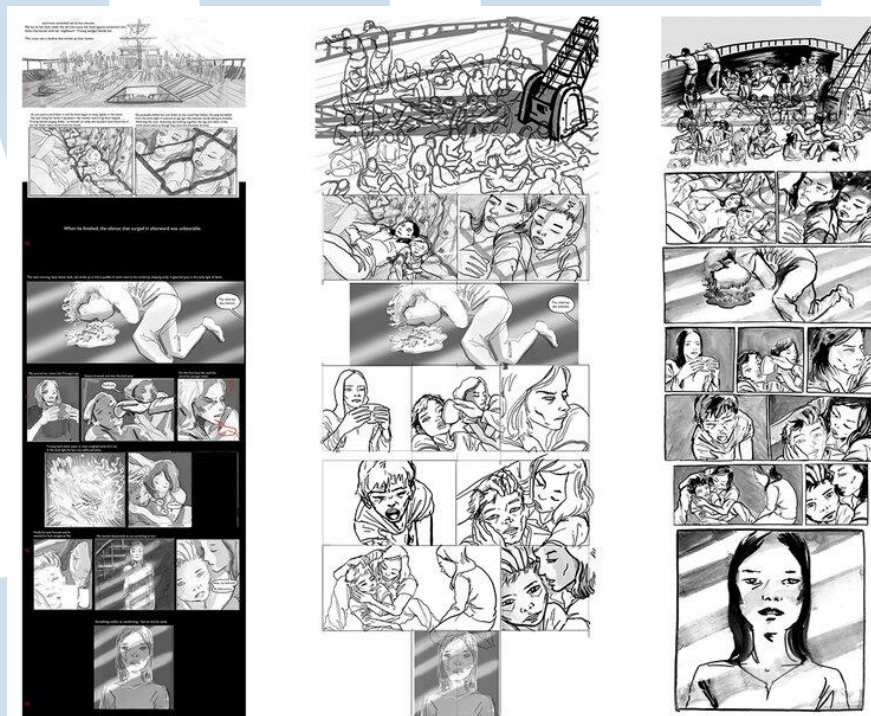
3.1.5 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan penulis untuk mendapatkan referensi dalam perancangan media informasi digital *storytelling* mengenai identitas transgender dari hal *layout*, warna, tipografi, konten, dan penyampaian informasi.

3.1.5.1 *The Boat*

The Boat adalah sebuah *interactive graphic* novel oleh Matt Huynh, seorang keturunan Vietnam-Australia, yang merupakan adaptasi dari cerita pendek Nam Le. *The Boat* menceritakan tentang Mai, seorang gadis berumur

16 tahun yang diungsikan oleh orangtuanya ke Australia dalam sebuah kapal pada masa Perang Vietnam. Cerita interaktif tersebut menggunakan 222 ilustrasi yang dilukis dengan tangan, 59 animasi, 11 foto, dan satu video. Huynh berlaku sebagai *illustrator*, dan tim multimedia SBS menjadikan komiknya sebagai *website* interaktif. *The Boat* dapat diakses secara penuh melalui desktop, namun juga dapat dinikmati melalui tablet. *The Boat* merupakan salah satu proyek SBS yang paling banyak dikunjungi dengan formatnya yang sangat baru, dan memenangkan berbagai penghargaan.



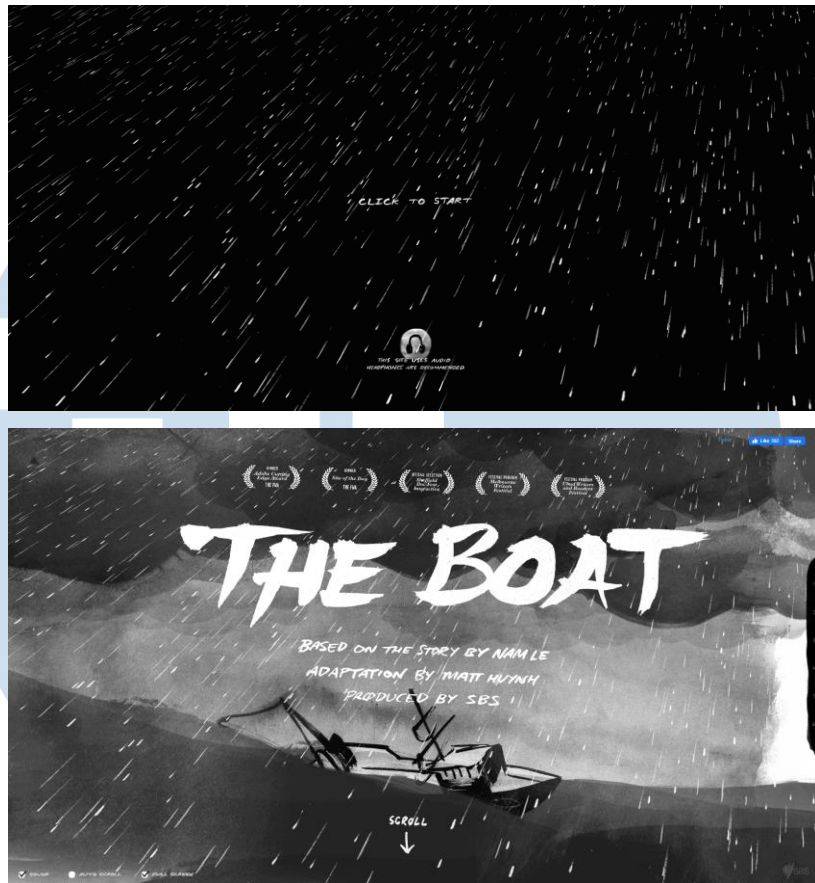
Gambar 3.10 Proses produksi *The Boat*
Sumber: <https://www.matthuyh.com/theboat>, 2014

The Boat menggunakan ilustrasi kaligrafi bambu diatas kertas untuk menimbulkan kesan hangat, dan ketidaksempurnaan yang manusiawi. Hal ini juga membuat komik terasa gamblang dan memiliki urgensi tertentu (Huynh, 2016). Animasi dan efek suara digunakan untuk meningkatkan *immersion* dalam cerita. *The Boat* banyak menggunakan transisi panel *moment-to-moment* dan *aspect-to-aspect* untuk menyampaikan emosi.



Gambar 3.11 Animasi dan *layout* pada komik *The Boat*
 Sumber: <https://www.matthuynh.com/theboat>, 2014

The Boat memiliki durasi baca 20 menit dan memiliki tingkat *interaktivitas* medium. Hal ini dikarenakan *The Boat* merupakan sebuah adaptasi dengan struktur cerita yang tetap. Adapun fitur *interaktivitas* yang digunakan adalah penggunaan audio, animasi panel, dan *parallax* yang distimuli oleh *scroll*. Animasi panel bergerak seperti mengambang di atas air. Animasi bergerak dengan tenang namun pada adegan tertentu, gerakan menjadi lebih keras. *The Boat* menggunakan huruf *hand-lettering script* untuk UI, title, serta *word balloon*. *Body text* menggunakan *typeface serif*.



Gambar 3.12 The Boat
Sumber: <https://www.matthuynh.com/theboat>, 2014

Starting screen pada web *The Boat* menggunakan layout sederhana dan dipresentasikan tanpa audio. Fitur UI *suggested action* menyarankan pembacanya menggunakan *headphone* sebelum memulai membaca. Ini dilakukan agar pembaca dapat menyiapkan *headphone* atau ruangan yang baik untuk menikmati audio dalam *website*.

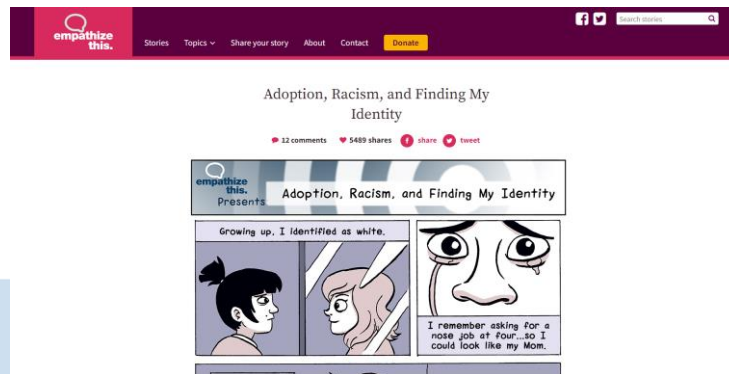
Pada *title screen* yang kemudian dimunculkan, pembaca dihadirkan dengan *suggestion action* untuk melakukan aksi *scroll*. Audio secara *default ditoggle* menyala, namun melalui UI *toggle*, user dapat menonaktifkannya. Pada menu yang sama dihadirkan opsi *full-screen*, dan *auto-scroll*. *The Boat* memiliki UI sederhana untuk navigasi yaitu *chapter selection* dan *tracker* pada sebelah kanan *screen*.

Dengan cerita dan gaya ilustrasi yang kompleks, penulis mendapatkan bahwa target audiens *The Boat* adalah dewasa sampai dengan dewasa muda. Penulis menggunakan *The Boat* sebagai referensi dalam menentukan format, interaktivitas, *layout*, dan *typografi*.

3.1.5.2 *Empathize This*

Empathize This adalah antologi webcomic oleh Tak et al. *Empathize This* menggunakan cerita yang *disubmit* oleh pembaca, yang kemudian disunting dan ditulis Kembali oleh tim penulis. Cerita kemudian diproduksi menjadi *webcomic* oleh berbagai *illustrator*. *Empathize This* menampilkan berbagai topik dari komunitas-komunitas termarjinalkan, seperti disabilitas, SOGIESC varian, kesehatan mental, serta kemiskinan. Dalam presentasinya, *Empathize This* menekankan bahwa *webcomic* dihadirkan sebagai pengalaman orang-orang yang nyata. Proses pengerjaan *webcomic* melibatkan *submitter* secara dekat mengenai penyampaian cerita, visualisasi, dan desain karakter.

Kreator dari *Empathize This* menyimpulkan bahwa cara terbaik untuk menyampaikan tantangan yang dialami oleh orang lain yang dapat menggugah empati adalah melalui cerita personal. Informasi bersifat statistik saja tidak cukup. Tak menggunakan komik untuk menghadirkan pengalaman yang dapat diakses dan diserap dengan mudah. Menggunakan ilustrasi (dibandingkan dengan video atau foto), memberikan kesempatan untuk menggunakan metafora untuk menyampaikan informasi yang bersifat emosional. Ini juga sesuai dengan teori McCloud (2006), bahwa dalam membaca komik, pembaca dapat memproyeksikan dirinya melalui karakter sehingga membuat pengalaman yang lebih empatik. Selain itu, presentasi melalui foto atau video juga akan menimbulkan fokus terhadap penampilan pembicara, sehingga menimbulkan distraksi dari pengalaman yang ingin diceritakan.



Gambar 3.13 Proses thumbnail, sketsa, dan inking
 Sumber: <https://www.empathizethis.com/stories/adoption-racism-finding-identity/>, n.d.

Dalam perancangan ini, penulis akan menggunakan *Empathize This* sebagai referensi terhadap konten cerita dan penyampaianya. Penulis juga akan mengadopsi etos *Empathize This* dalam menangani cerita nyata dari narasumber transgender, serta perancangan visual *webcomic*.

3.2 Metode Perancangan

Metode yang digunakan perancangan ini adalah *Human Centered Design* yang dirumuskan oleh IDEO (2015). Metode ini dipilih sesuai dengan tujuan perancangan yang erat berkaitan dengan komunitas transgender di Indonesia. Adapun tahapan perancangan adalah:

1) *Inspiration*

Tahapan inspirasi adalah tahap di mana penulis meningkatkan pengertiannya dalam permasalahan, dan target desain yang dituju. Tahapan ini dilakukan dengan memikirkan kebutuhan dan keinginan dari komunitas yang menjadi subjek desain. Adapun metode yang dapat dilakukan pada fase ini adalah *secondary research*, *expert interview*, *group interview*, *define your audience*, dan *frame your design challenge*.

2) *Ideation*

Tahapan ideasi adalah tahapan di mana data yang didapatkan di fase inspirasi diolah menjadi ide rancangan solusi desain. Ide yang dikonsepsikan kemudian dikonkritkan dan diiterasi hingga siap

dipublikasi. Adapun metode yang dapat dilakukan pada fase ini adalah *brainstorm, get visual, create a concept, co-creation session, storyboard*. Metode ini dilakukan bersamaan dengan penggunaan metode perancangan webcomic oleh Love dan Withers (2015) dengan tahapan, yaitu *concept, writing, drawing, coloring, lettering, dan publishing*.

3) *Implementation*

Dalam tahapan implementasi, solusi desain yang sudah dibuat dipublikasikan dan dilakukan proses evaluasi. Adapun metode yang dapat dilakukan pada fase ini adalah *branding, dan marketing*.

