



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 II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu akan digunakan sebagai acuan dan referensi bagi peneliti dalam menyusun penelitian. Tujuan dari penelitian terdahulu ini juga untuk memperkaya bahan penelitian yang dilakukan. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan teori/konsep dan topik serupa dengan yang dipilih peneliti, yaitu Analisis Resepsi Generasi Milenial Terhadap Pemberitaan LGBT di Media *Sejuk.org*.

Penelitian terdahulu pertama yang peneliti gunakan sebagai acuan adalah “Analisis *Framing* Pemberitaan LGBT pada Website Media SEJUK Edisi Januari 2019”. Penelitian tersebut berbentuk artikel jurnal dengan jenis penelitian kualitatif karya Septia Winduwati dan Valentika, mahasiswa Universitas Tarumanegara (Valentika & Winduwati, 2019). Fokus penelitian pertama ini adalah melihat bingkai media terkait pemberitaan isu LGBT. Objek penelitian yang digunakan adalah media alternatif *Sejuk.org* terhadap konten beritanya yang memuat isu seputar LGBT. *Sejuk.org* adalah media alternatif yang fokus memberikan informasi seputar keberagaman dan mendukung hak kesetaraan bagi ragamnya ras, etnis, gender, penyandang disabilitas, dan kelompok LGBT.

Valentika dan Winduwati menggunakan subjek penelitian yakni, pemberitaan LGBT yang ada di media *Sejuk.org* edisi bulan Januari 2019. Tujuan penelitian Valentika dan Winduwati ini adalah untuk melihat pembingkaiian atau *framing* dari media *Sejuk.org* terhadap artikel yang dimuat tentang komunitas LGBT. Dalam melakukan penelitiannya, Valentika dan Winduwati menggunakan konsep *framing* model Robert N. Entman untuk melihat bingkai yang dibentuk media *Sejuk.org* terhadap tiga artikel berita terkait LGBT pada Januari 2019. *Framing* model Entman menjelaskan empat elemen penting untuk menganalisis bingkai media. Empat elemen *framing* model Entman yang digunakan Valentika adalah *define problems* (mendefinisikan masalah), *diagnose causes* (penyebab masalah), *make moral judgement* (menentukan nilai moral), dan *treatment*

recommendation (cara penyelesaian masalah). Keempat elemen tersebut berguna untuk melihat media lebih berpihak pada siapa dan apa dalam memberitakan sebuah peristiwa atau isu.

Penelitian dengan metode analisis *framing* berguna untuk mengetahui cara kerja dan ideologi media saat melakukan konstruksi realitas atau fakta pada pemberitaannya. Selain itu, terdapat beberapa teori dan konsep yang digunakan Valentika dan Winduwati untuk mendukung penelitian, di antaranya adalah komunikasi massa, media alternatif, media baru, ideologi media, dan konstruksi realitas media. Konsep media alternatif digunakan untuk menjelaskan jenis media dari *Sejuk.org*. Teori media baru digunakan penelitian ini karena berhubungan dengan *platform* yang digunakan media *Sejuk.org* dalam mempublikasikan konten beritanya yakni di media sosial dan *website*. Konsep ideologi media digunakan karena berhubungan dengan peneliti yang ingin membandingkan ideologi media *Sejuk.org* dengan berita yang dimuatnya. Teori konstruksi realitas media digunakan dalam penelitian Valentika dan Winduwati guna mengetahui konseptualitas suatu keadaan.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media *Sejuk* membingkai pemberitaan LGBT dengan lebih menonjolkan keberpihakannya terhadap komunitas LGBT. Hal tersebut dapat dilihat dari pemberitaan *Sejuk.org* membingkai bahwa kaum LGBT layak untuk diberi dukungan sepenuhnya atas kesetaraan hak yang sama, hak hidup dengan nyaman dan aman di masyarakat, diberi dukungan yang baik oleh kelompok agama dan juga media, serta memberikan ruang bagi kelompok LGBT untuk diperlakukan hak LGBT sebagaimana orientasi seksual hetero lainnya. Hasil temuan Valentika dan Winduwati juga menunjukkan bahwa *Sejuk.org* membingkai bahwa penyebab adanya diskriminasi terhadap kaum LGBT dikarenakan permasalahan media yang tidak memberi dukungan dari segi pemberitaan yang dimuat kepada khalayak.

Valentika dan Winduwati melakukan penelitiannya dengan mengambil sudut pandang melihat pembentukan berita atau *framing* oleh media *Sejuk.org* dalam pemberitaan LGBT. Sedangkan, peneliti melakukan penelitian ini dengan mengambil sudut pandang dari generasi milenial yang membaca artikel berita LGBT di media *Sejuk.org* dan melihat makna yang diterima pembaca apakah sama

dengan makna yang ingin disampaikan jurnalis *Sejuk.org*. Relevansi antara penelitian Valentika dan Winduwati dengan yang ingin dilakukan peneliti adalah menggunakan salah satu konsep yang sama yaitu tentang konsep media alternatif dan menggunakan obyek penelitian yang sama yaitu media *Sejuk.org* dalam pemberitaan LGBT.

Penelitian kedua yang digunakan sebagai acuan adalah “Pemaknaan Audiens Terhadap Pemberitaan Komik Gay Muslim di Indonesia: Studi Resepsi Pemberitaan Akun @Alpantuni di Aljazeera.com dan Nytimes.com pada Generasi Milenial” karya Melissa Octavianti, mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (Octavianti, 2019). Penelitian tersebut berbentuk skripsi dengan jenis penelitian kualitatif. Octavianti meneliti kasus akun Instagram @Alpantuni yang menuai perdebatan karena memuat konten komik Muslim *gay* hingga diberitakan oleh media luar yakni *Aljazeera.com* dan *Nytimes.com*. Menurut Octavianti, kelompok LGBT masih sering menjadi sasaran dalam kekerasan dan masyarakat masih belum sepenuhnya menerima kehadiran kelompok LGBT di Indonesia.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian Octavianti adalah akun @Alpantuni yang membuat penghinaan terhadap kaum LGBT dengan membuat konten komik *gay* yang disandingkan dengan agama. Isu tersebut tidak hanya ramai diberitakan di media nasional, melainkan juga di media internasional. Bahkan, temuan Octavianti menyatakan isu tersebut lebih banyak diberitakan di media internasional seperti *Al Jazeera (Aljazeera.com)* dan *The New York Times (Nytimes.com)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana audiens memandang pemberitaan dari media internasional terhadap isu LGBT dan kaitannya dengan aspek agama yang termasuk dalam isu global.

Teori dan konsep yang digunakan Octavianti dalam penelitiannya adalah Media dan *Global Public Opinion*, Jurnalisme *Online*, Berita, Audiens Aktif, Generasi Milenial, Teori Resepsi, dan Model *Encoding/Decoding* Stuart Hall. Konsep Media dan *Global Public Opinion* digunakan dalam penelitian ini karena berguna untuk melihat pengaruh media dalam membentuk *global public opinion* terutama dalam media internasional seperti media yang diteliti yakni, CNN dan Al Jazeera. Konsep Jurnalisme *Online* digunakan dalam penelitian ini karena objek penelitian yang digunakan termasuk dalam media *online* dan ingin melihat praktik

jurnalisme dari sisi media *online*. Konsep berita digunakan dalam penelitian ini karena subyek yang diteliti adalah berita dengan isu yang sama dari dua media *online* berbeda. Konsep audiens aktif digunakan karena penelitian Octavianti berfokus pada khalayak dan yang diteliti termasuk dalam golongan audiens aktif. Konsep generasi milenial digunakan karena merujuk pada informan yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari kalangan generasi milenial. Teori resepsi digunakan sebagai teori utama yang dijadikan acuan dalam penyusunan dan pelaksanaan penelitian Octavianti. Model *encoding-decoding* Hall digunakan untuk melihat pemaknaan dan pemahaman khalayak.

Data yang diperoleh Octavianti diambil melalui analisis *framing* dan wawancara mendalam dengan tujuh orang informan dari generasi milenial. Ketujuh informan tersebut memiliki latar belakang pendidikan, sosial dan agama yang berbeda. Kemudian, data yang sudah didapat dianalisis menggunakan *encoding/decoding* menurut Stuart Hall. Hal tersebut bertujuan untuk mengukur posisi informan dalam memaknai berita yang terbagi menjadi *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*.

Hasil dari penelitian Octavianti menunjukkan bahwa ketiga orang informan berada di posisi *dominant reading*, tiga orang informan berada di posisi *negotiated reading* dan satu orang informan berada di posisi *oppositional reading* dalam memaknai berita *Aljazeera.com*. Sedangkan, dalam memaknai berita *Nytimes.com*, tiga informan berada di posisi *dominant reading*, tiga informan posisi *negotiated reading* dan satu informan posisi *oppositional reading*. Hasil tersebut ternyata tidak sesuai dengan hipotesisi awal Octavianti yang mengatakan bahwa generasi milenial mampu menerima pesan yang ingin disampaikan oleh media internasional.

Relevansi antara penelitian Octavianti dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti di antaranya adalah mengangkat permasalahan terkait pemberitaan LGBT di media *online*, audiens yang diukur adalah generasi milenial, menggunakan analisis resepsi dan model *encoding/decoding* Stuart Hall, menggunakan analisis *framing* model Pan dan Kosicki untuk mengetahui makna berita yang dibentuk media dalam memberitakan isu LGBT, serta menggunakan teknik pengumpulan dan analisis data yang sama. Akan tetapi, Octavianti melakukan penelitiannya dengan mengambil sudut pandang media *online* internasional. Sedangkan, peneliti

melakukan penelitian ini dengan mengambil sudut pandang dari media alternatif berbasis *online* di Indonesia, yaitu *Sejuk.org*.

Penelitian ketiga yang menjadi bahan rujukan peneliti adalah “New Media Audience and Gender Perspective: A Reception Analysis of Millenials Interpretation” karya Rizki Briandana, mahasiswa Universitas Mercu Buana dan Azman Azwan Azmawati, mahasiswa Universiti Sains Malaysia (Briandana & Azmawati, 2020). Penelitian tersebut berbentuk artikel jurnal dengan jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian Briandana dan Azmawati adalah untuk menganalisis interpretasi penonton tentang makna gender dalam konten YouTube milik Jovi Adhiguna. Jovi adalah seorang pria yang memiliki profesi sebagai *beauty influencer*. Menurut Briandana dan Azmawati, fakta di Indonesia seorang *beauty influencer* pria bukan profesi yang disukai dibanding dengan *influencer* wanita (Briandana dan Azmawati, 2020, p. 58). Permasalahan tersebut membuat Briandana dan Azmawati tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan mengukur audiens menggunakan analisis resepsi untuk memahami bagaimana publik membaca karakter teks media.

Teori dan konsep yang digunakan Briandana dan Azmawati di antaranya adalah *new media* (media baru), *reception analysis* (analisis resepsi), *characteristics of active audience* (karakteristik khalayak aktif) dan *gender and androgyny* (gender dan androgini). Konsep *new media* digunakan dalam penelitian karena objek yang diteliti berbentuk video dari *platform* Youtube. Teori analisis resepsi digunakan dalam penelitian ini sebagai teori utama yang dijadikan acuan dalam pembuatan dan pelaksanaan penelitian. Konsep karakteristik khalayak aktif digunakan untuk mengetahui karakteristik dari informan yang diteliti yakni khalayak aktif. Konsep *gender and androgyny* digunakan dalam penelitian untuk mengetahui keterkaitan gender atau jenis kelamin dengan androgini.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis resepsi menurut model *encoding/decoding* Stuart Hall dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *focus group discussion*. Hasil dari penelitian Briandana dan Azmawati menunjukkan bahwa perumusan makna teks dalam video karya Jovi Adhiguna sebagian besarnya berada pada posisi *dominant reading*. Hal tersebut menyatakan bahwa terdapat kesesuaian makna antara video dan audiens dalam hal ini memiliki

kesamaan makna yang tinggi jika dibandingkan dengan posisi *negotiated* dan *oppositional*.

Selain itu, hasil lain yang ditemukan dalam penelitian Briandana dan Azmawati adalah terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perbedaan sudut pandang atau interpretasi ekspresi gender yaitu pada faktor pendidikan, psikologi, budaya, pengalaman, dan lingkungan sosial. Proses interpretasi dari video Jovi ini memiliki kaitan erat dengan nilai gender, penonton wanita akan lebih mudah menerima pesan dalam video ini, sementara penonton laki-laki cenderung mendapat penolakan terhadap pesan profesi *beauty influencer* dan ekspresi gender.

Relevansi antara penelitian Briandana dan Azmawati dan penelitian yang akan dilakukan peneliti di antaranya adalah menggunakan metode penelitian yang sama yakni analisis resepsi, menggunakan teori dan konsep dari resepsi, *encoding/decoding* model Hall dan karakteristik khalayak aktif. Akan tetapi, Briandana dan Azmawati melakukan penelitiannya dengan menganalisis makna dari pesan video seseorang yang terkenal dan menggunakan *focus group discussion* sebagai metode pengumpulan data. Sedangkan, peneliti menggunakan teks berita dari media *Sejuk.org* dan menggunakan metode wawancara dalam pengambilan data, serta menggunakan analisis *framing* untuk melihat bingkai isi berita.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Septia Winduwati Valentika	Melissa Octavianti	Rizki Briandana dan Azman Azwan Azmawati
Judul Penelitian	Analisis <i>Framing</i> Pemberitaan LGBT pada Website Media SEJUK Edisi Januari 2019	Pemaknaan Audiens Terhadap Pemberitaan Komik Gay Muslim di Indonesia: Studi Resepsi Pemberitaan Akun @Alpantuni di Aljazeera.com dan Nytimes.com pada Generasi Milenial	New Media Audience and Gender Perspective: A Reception Analysis of Millenials Interpretation
Hasil Penelitian	Menunjukkan bahwa media Sejuk membingkai pemberitaan LGBT dengan lebih menonjolkan keberpihakannya terhadap komunitas LGBT.	Menunjukkan bahwa ketiga orang informan berada di posisi <i>dominant reading</i> , tiga orang informan berada di posisi <i>negotiated reading</i> dan satu orang informan berada di posisi <i>oppositional reading</i> dalam memaknai berita <i>Aljazeera.com</i> . Sedangkan, dalam memaknai berita <i>Nytimes.com</i> , tiga informan berada di posisi <i>dominant reading</i> , tiga informan	Menunjukkan bahwa perumusan makna teks dalam video karya Jovi Adhiguna sebagian besarnya berada pada posisi <i>dominant reading</i> . Faktor pendidikan, psikologi, budaya, pengalaman dan lingkungan sosial mempengaruhi perbedaan sudut

		posisi <i>negotiated reading</i> dan satu informan posisi <i>oppositional reading</i> .	pandang atau interpretasi ekspresi gender. Penonton wanita akan lebih mudah menerima pesan dalam video ini, sementara penonton laki-laki cenderung mendapat penolakan terhadap pesan profesi <i>beauty influencer</i> dan pesan ekspresi gender.
Relevansi	Menggunakan salah satu teori yang sama yaitu tentang teori media alternatif dan menggunakan obyek penelitian yang sama yaitu media <i>Sejuk.org</i> dalam pemberitaan LGBT.	Mengangkat permasalahan terkait pemberitaan LGBT di media <i>online</i> , audiens yang diukur adalah generasi milenial, menggunakan analisis resepsi dan model <i>encoding/decoding</i> Stuart Hall, menggunakan analisis <i>framing</i> model Pan dan Kosicki untuk mengetahui makna berita yang dibentuk media dalam memberitakan isu LGBT, serta menggunakan teknik pengumpulan dan analisis data yang sama.	Menggunakan metode penelitian yang sama yakni analisis resepsi, menggunakan teori dan konsep dari resepsi, <i>encoding/decoding</i> model Stuart Hall dan karakteristik khalayak aktif.

Sumber: Olahan Peneliti, 2021

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1. Teori Resepsi

Kajian tentang analisis resepsi menurut McQuail (1997) adalah sebuah analisis yang fokus pada penggunaan media sebagai cerminan dari konteks sosial dan budaya, serta sebagai sebuah proses dari pemaknaan melalui persepsi khalayak atas pengalaman dan produksi (dalam Hadi, 2009, p. 5). Analisis resepsi sering digunakan pada kajian yang meneliti tentang pemaknaan audiens. Intisari dari teori resepsi ini adalah untuk mendapatkan pemaknaan atau interpretasi dari kode-kode simbolis atas teks media dari pandangan audiens (Pujarama & Yustisia, 2020, p. 58).

Ott & Mack (2010) menjelaskan bahwa asumsi dasar teori resepsi sebagai berikut (dalam Pujarama & Yustisia, 2020, p. 42):

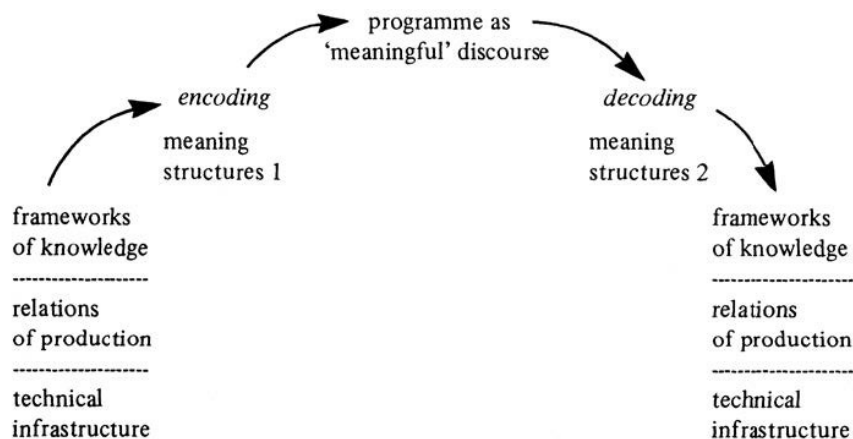
1. Makna dipandang bersifat cair (*fluid*) dan komunikasi tidak akan sempurna jika dilihat dan dikaji tanpa pemaknaan pesan.

2. Interpretasi khalayak berperan sebagai elemen yang penting dalam proses pendefinisian makna atau *meaning – making*.
3. Negosiasi antar produsen dengan konsumen yakni media dan khalayak yang terjadi terus-menerus akan mengungkapkan makna sebenarnya dari teks media tersebut. Seringkali, para peneliti yang menggunakan resepsi berpikir bahwa media memiliki kuasa atas produksi teks dengan pesan-pesan tertentu, tetapi khalayak yang justru berkuasa, karena mereka yang mampu menentukan bagaimana menafsirkan makna teks dan menggunakan makna tersebut untuk memahami realitas sosial.

Pada teori resepsi ini teks media bukan menjadi pembentuk dari kognisi seorang audiens, melainkan audiens yang melakukan pemaknaan pembaca atas teks media yang dikonsumsi. Audiens mampu menciptakan pemaknaan dipengaruhi oleh latar belakangnya, pengalamannya, dan lingkungan sekitarnya (budaya, nilai dan norma yang berlaku). Peneliti menggunakan teori resepsi ini guna mengetahui bagaimana pemaknaan yang dihasilkan informan yakni generasi milenial dalam membaca pemberitaan LGBT di media *Sejuk.org*. Peneliti juga ingin melihat apakah faktor latar belakang, pengalaman, dan budaya yang dimiliki tiap-tiap informan dapat mempengaruhi perbedaan pemaknaan yang diterimanya saat membaca berita LGBT di *Sejuk.org*.

2.2.2. Model Encoding-Decoding Hall

Analisis resepsi dilakukan dengan dua tahapan penting yakni *encoding* dan *decoding*. Konsep *encoding-decoding* diperkenalkan pertama kali oleh Stuart Hall pada 1973. Konsep ini digunakan untuk memahami pemaknaan yang dibentuk audiens atau pembaca dalam melihat sebuah teks media dan hal lainnya. Hall menjelaskan bahwa kode-kode yang dihasilkan dari proses *encoding-decoding* mungkin tidak secara simetris sempurna (Hall, 2005, p. 119). Hal tersebut dikarenakan pemaknaan yang diberikan media melalui teks beritanya, tidak selalu sama dengan pemaknaan yang dihasilkan atau diinterpretasikan oleh pembaca atau audiens.



Gambar 2.1 Model *Encoding-Decoding* Menurut Stuart Hall
 Sumber: Hall, 2005, p. 120

Berdasarkan Gambar 2.1, Hall menekankan bahwa *meaning structures 1* tidak sama atau tidak identik sempurna dengan *meaning structures 2*. Terdapat derajat simetris atau asimetris yang bergantung pada tingkat sepahaman dan ketidaksepahaman *encoder* sebagai produser (pembuat pesan) dan *decoder* sebagai *receiver* (penerima pesan) dalam proses pertukaran komunikasi yang dipengaruhi juga oleh personifikasi masing-masing.

Sederhananya dari penjelasan Hall tentang proses *encoding-decoding* adalah jika makna pesan yang ingin disampaikan media dapat diterima oleh audiens dan mengandung makna yang sama, maka proses komunikasi tersebut terjadi secara simetris. Konsep *encoding-decoding* menjelaskan bagaimana pembuat pesan memproduksi pesan yang akan dikirimkan melalui kode-kode kepada penerima pesan, tetapi pemaknaan pesan yang diterima dapat berbeda-beda tergantung pada pengetahuan, latar belakang sosial budaya dan pengalaman. Menurut Hall terdapat tiga posisi hipotesis pemaknaan teks oleh pembaca yaitu *dominant-hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position* (Hall, 2005, p. 125-127). Berikut ini penjelasan ketiga posisi pembaca dalam pemaknaan teks menurut Hall (1992) (dalam Lacey 2002, p. 172).

- 1) *Dominant-hegemonic position*, makna dominan yang dikodekan dalam teks dapat diterima oleh audiens secara utuh.

- 2) *Negotiated position*, di mana *dominant reading* dapat diterima oleh audiens, tetapi mereka dapat memutuskan batasan tertentu yang tidak berlaku atau tidak sesuai bagi mereka. Tidak sesuai yang dimaksudkan dapat berupa latar belakang, pengetahuan, budaya dan nilai yang dianut.
- 3) *Oppositional position*, di mana *dominant reading* dapat ditolak oleh audiens dengan memilih makna lain yang tidak dimaksudkan oleh produser (pembuat pesan). Terkait hal ini, mereka juga bisa membentuk pandangannya sendiri dalam menginterpretasi suatu pesan.

Proses *encoding* melihat bagaimana media meyakinkan bahwa pesan yang telah dibuat memiliki makna spesifik tertentu yang dapat dipahami dan diterima oleh khalayak, sedangkan pada proses *decoding* menjelaskan bagaimana tahapan atau proses yang dialami khalayak dengan melihat pemaknaan teks media sebagai komponen dari realisasi pesan media dan komponen dari cara khalayak mendefinisikan realitas sosial tertentu (Pujarama & Yustisia, 2020, p. 44). Konsep *encoding* dan *decoding*, akan berguna dalam penelitian ini sebagai metode analisis resepsi khalayak dan bertujuan untuk menempatkan khalayak pada posisi apa terhadap pemberitaan LGBT di media *Sejuk.org*.

2.2.3. Khalayak: Aktif dan Pasif

Istilah khalayak dapat juga disebut sebagai penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, *audience*, *decoder*, atau komunikan (Wahid, 2016, p. 95). Khalayak adalah mereka yang berada dalam proses komunikasi dan umumnya bertindak sebagai penerima pesan. Perkembangan perspektif Hall (dalam Pujarama & Yustisia, 2020, p. 41), menjelaskan bahwa proses interpretasi yang dilakukan khalayak dianggap sebagai bagian penting dari terjadinya proses pembentukan makna dalam studi resepsi.

Khalayak dalam studi resepsi ini tidak hanya memiliki peran sebagai penerima pesan yang dikirim media (pengirim – pesan - penerima), tetapi juga bisa berperan sebagai sumber pesan (*source*) yang dapat mereproduksi

pesan dari media (produksi – sirkulasi - distribusi atau konsumsi - reproduksi) (Pujarama & Yustisia, 2020, p. 41). Kajian resepsi membuat khalayak memiliki posisi paling penting, karena bertujuan untuk menemukan pemaknaan khalayak. Studi resepsi memosisikan khalayak sebagai partisipan aktif yang mampu menginterpretasikan dan membangun makna dari hal-hal yang mereka baca, dengar atau lihat yang disesuaikan juga dengan konteks budayanya (Hadi, 2009, p. 3).

Menurut McQuail (2010), khalayak aktif adalah mereka yang mempunyai pembentukan kognitif aktif dalam menyerap suatu informasi yang dipengaruhi oleh pengalaman pribadinya (dalam Harahap, 2020, p. 19). Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa khalayak aktif adalah mereka yang aktif menyuarakan pendapatnya di media dan mereka yang mampu memilah informasi mana yang diterimanya.

Konsep khalayak terbagi menjadi dua, yakni khalayak aktif dan pasif. Konsep khalayak aktif muncul setelah adanya perkembangan internet dan teknologi. Kemudian, khalayak aktif mulai menggeser kedudukan khalayak pasif dan kini hampir seluruh masyarakat berada di posisi sebagai khalayak aktif. Khalayak pasif diartikan sebagai khalayak yang hanya bereaksi pada apa yang dilihat dan didengarnya saja dalam media, mereka tidak ikut andil dalam diskusi publik, sedangkan khalayak aktif adalah mereka yang ikut berpartisipasi menyuarakan pendapatnya dalam diskusi publik dan mereka yang mampu memaknai isi pesan dalam media (Hadi, 2009, p. 2).

Mengacu pada penjelasan tersebut, peneliti menempatkan generasi milenial sebagai khalayak aktif. Hal tersebut dikarenakan generasi milenial merupakan kelompok generasi yang paling aktif dalam penggunaan media sosial sebagai penyebaran informasi, pola komunikasi generasi milenial sangat terbuka dibanding generasi sebelumnya, kehidupan generasi ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan teknologi dan lebih terbuka dalam memandang isu politik dan ekonomi, sehingga dapat dipahami bahwa mereka adalah kelompok generasi yang berperan aktif dalam memaknai pesan yang ada di media. Generasi milenial adalah mereka yang lahir pada tahun 1978

hingga tahun 2000, artinya mereka yang berada di umur 21 hingga 43 tahun di tahun ini masuk dalam generasi milenial.

2.2.4. Media Alternatif

Media alternatif merupakan bentuk media yang berbeda dari media dominan lainnya, perbedaan terdapat dari segi konten yang dihadirkan, cara produksi konten, bahkan dari cara pendistribusiannya (Resita & Junaidi, 2018, p. 270). Media alternatif dapat disebut juga media non-arus utama. Perbedaan yang mendasar antara media arus utama dengan media alternatif adalah umumnya media alternatif tidak hanya sekedar memberitakan isu tertentu saja, tapi terdapat tujuan lain dibalik setiap pemberitaannya.

Menurut Atton, terdapat beberapa karakteristik/tipologi dari media alternatif, sebagai berikut (Atton, 2012, p. 27).

1. Produk
 - a. Konten (*politically radical, social/culturally radical*).
 - b. Bentuk (grafik, visual, yang memiliki nilai estetika)
 - c. Inovasi/adaptasi *reprographic* menggunakan mimeographs, typesetting IBM, mesin fotokopi.
2. Proses
 - a. Penggunaan distributif, situs alternatif untuk distribusi, jaringan distribusi yang tidak terlihat, anti-copyright.
 - b. Perubahan hubungan sosial, peran dan penulis tanggung jawab-pembaca, organisasi kolektif.
 - c. Perubahan proses komunikasi, hubungan horizontal dan jaringan.

Salah satu contoh media alternatif di Indonesia adalah *Sejuk.org*. Media SEJUK atau Serikat Jurnalis untuk Keberagaman merupakan media yang fokus membahas isu seputar keberagaman dan mendukung keberagaman dari mulai isu agama, etnis, gender, dan LGBTIQ. Media Sejuk mempublikasikan pemberitaannya melalui situs *websitenya* yakni *Sejuk.org*. Selain *website*, *Sejuk* juga merambat ke *platform* media sosial lain seperti *Instagram* dengan nama akun @KabarSejuk dan *podcast* dengan nama Kabar SEJUK. Media

Sejuk didirikan pertama kali tahun 2008 oleh para jurnalis dari berbagai media *mainstream* (media arus utama) bersama dengan aktivis hak asasi manusia (HAM), dialog antar-iman dan penulis.

Pada hakikatnya, hadirnya media alternatif seperti *Sejuk.org* dapat membuat masyarakat memiliki pengetahuan dan pemahaman yang luas terkait keberagaman dari sudut pandang yang berbeda. Seperti halnya, dalam pemberitaan LGBT di *Sejuk.org* yang dibingkai dari sudut pandang komunitas LGBT. Pemberitaan yang dihadirkan *Sejuk.org* terkait LGBT itu dapat meminimalisasi stigma negatif yang beredar di masyarakat terkait kaum LGBT. Jika hal tersebut dapat berjalan, maka akan tercipta masyarakat yang tinggi toleransi.

Akan tetapi, media alternatif seperti *Sejuk* sangat sulit untuk bersaing dengan media arus utama. Hal tersebut dikarenakan, media alternatif seperti *Sejuk.org* hanya bersifat sebagai substitusi dari media arus utama. Publik akan mengakses media arus utama sebagai pilihan pertama dalam mengonsumsi berita sehari-hari. Oleh karena itu, dalam konsep ini peneliti akan menggunakan media alternatif *Sejuk.org* sebagai obyek penelitiannya. Peneliti akan meneliti bagaimana pesan yang dipahami generasi milenial setelah membaca berita LGBT di *Sejuk.org*. Peneliti ingin menganalisis apakah pesan yang dipahami informan akan sama dengan pesan sesungguhnya yang ingin disampaikan jurnalis.

2.2.5. Pemberitaan LGBT

Berita yang berkualitas adalah berita yang dibuat sesuai dengan kaidah dan etika jurnalisisme, serta mengacu pada nilai-nilai berita. Begitu pula halnya dengan pemberitaan di media *online*. Dengan sifat media *online* yang aksebilitas, artinya pemberitaan yang sudah dipublikasikan dapat dibaca kapan pun, dimana pun dan oleh siapa pun. Hal ini yang menyebabkan berita harus dibuat tetap mengacu pada unsur-unsur dasar penulisan berita seperti pada umumnya. Nilai berita juga menjadi tolak ukur untuk menilai kelayakan berita (Ishwara, 2005, p. 53). Pemberitaan pun tidak dapat terlepas dari kesepuluh nilai berita, yaitu: *Magnitude* (Pengaruh), *Significance*

(Penting), *Aktualitas/Timeliness*, *Proximity* (Kedekatan), *Prominance* (Tokoh), *Impact* (Dampak), *Conflict* (Konflik), *Human Interest* (Ketertarikan), *Unusualness* (Tidak biasa) dan *Sex* (Ishwara, 2005, p. 53-57).

Sebuah media harus mempunyai nilai-nilai yang terkandung dalam Kode Etik Jurnalistik dan menjadikannya pedoman dalam bertindak bagi seorang jurnalis. Seperti yang tertuang di dalam pasal 1 Kode Etik Jurnalistik, yang berbunyi Wartawan Indonesia harus bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk (Pramisti & Anggoro, 2017). Pasal tersebut memiliki pengertian bahwa pemberitaan yang dihasilkan harus bersifat objektif dan tidak berpihak pada satu pihak atau kelompok, serta harus mampu menghasilkan berita sesuai fakta. Objektivitas dari sebuah berita menjadi hal yang penting, karena dapat mempengaruhi pandangan dan pendapat orang lain, bahkan dapat memunculkan stigma di masyarakat. Isi yang ada dalam setiap berita harus sesuai fakta dan tidak bercampur dengan pendapat dan opini dari seorang jurnalis. Hal ini sesuai dengan yang tertuang dalam pasal 3 Kode Etik Jurnalistik, “Wartawan Indonesia selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah” (Pramisti & Anggoro, 2017).

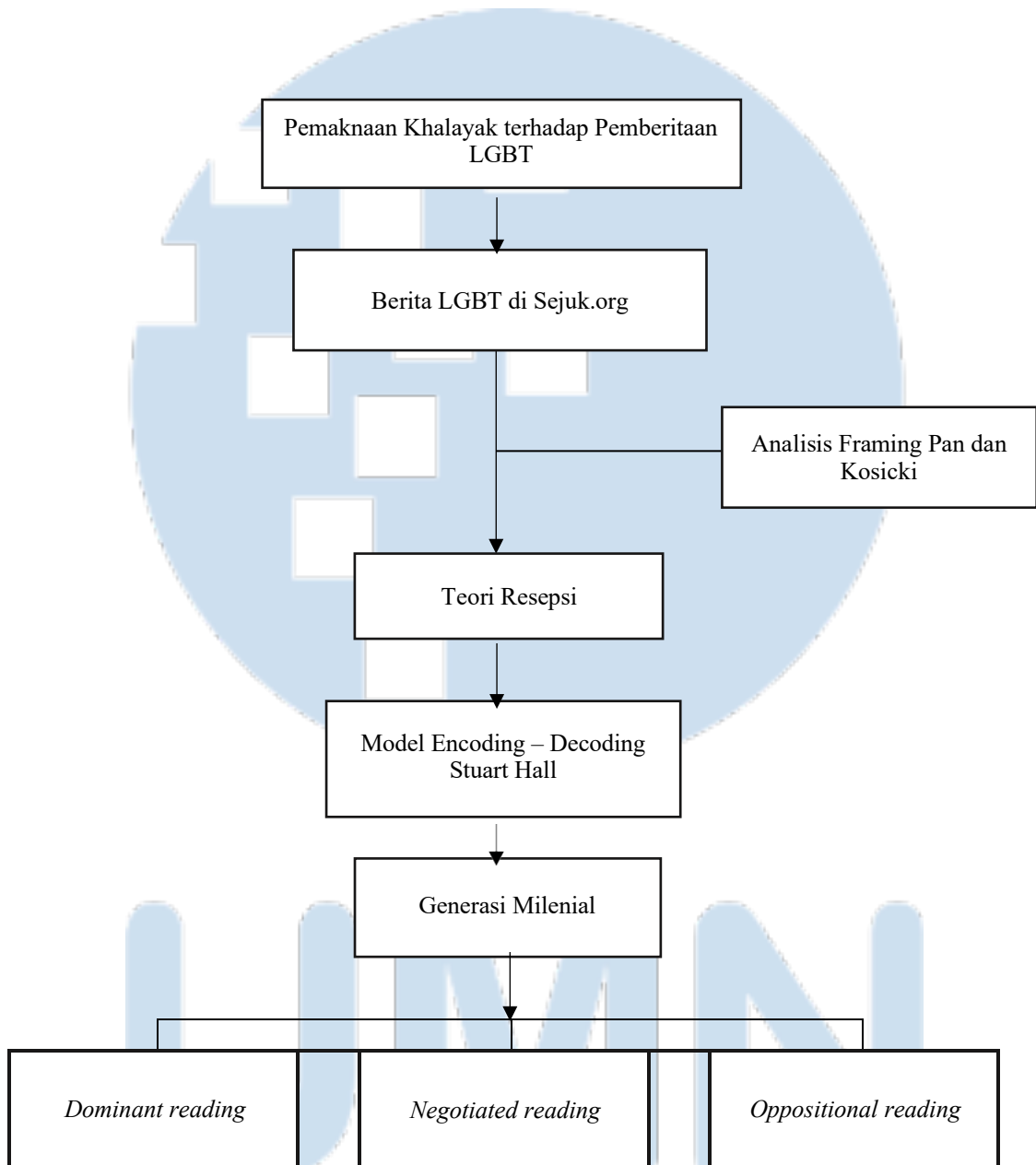
Dalam penelitian yang akan dilakukan, peneliti menggunakan pemberitaan terkait LGBT. Peneliti mengangkat pemberitaan ini karena masih banyak stigma negatif yang beredar terhadap kelompok Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT). Sejak awal Januari 2016, banyak serangan pernyataan anti-LGBT yang disampaikan oleh pejabat tinggi pemerintah, kaum Islamis militan dan organisasi keagamaan arus utama telah menjadi ancaman besar dan kebencian terhadap kaum LGBT di Indonesia (Atmoko, 2017). Fenomena kelompok minoritas yang mendapat perlakuan tidak adil, mendapat tindakan diskriminasi dan pelabelan negatif masih sering ditemui dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Hal tersebut juga dialami oleh komunitas LGBT di Indonesia yang harus menghadapi stigma negatif di masyarakat dan juga pelabelan dari beberapa pemberitaan di media massa (Tuasikal, 2020, p. 1). Pemberitaan LGBT di media seringkali menimbulkan

pro dan kontra yang cukup kontroversial. Tidak hanya para tokoh politik yang mengancam kelompok LGBT, media juga seringkali dalam pemberitaannya menyudutkan kaum LGBT.

Pemberitaan terkait kelompok minoritas sering diabaikan oleh media, karena media cenderung memberikan ruang lebih pada isu-isu yang relevan dengan kelompok dominan atau mayoritas. Dalam media, beragam topik terkait LGBT dibahas dari mulai, sudut pandang hingga kepentingannya, tetapi sebagian besar berita tersebut mengarah pada pandangan yang sama yaitu menyudutkan LGBT (Listiorini, et al, 2019, p. 244). Banyaknya judul pemberitaan yang terkesan menyudutkan orientasi seksual dari kaum LGBT seperti pada berita “Tentukan Nasib LGBT, MK Torehkan Sidang Terpanjang” dalam media *online* Detik.com dan “Zulkifli Hasan: LGBT Merusak Moral Bangsa” dalam media Tempo.co. Judul tersebut dapat terkesan menggiring opini masyarakat untuk memiliki persepsi yang sama terhadap kaum LGBT. Fenomena tersebut menyebabkan peran media sangat besar dalam menciptakan stigma publik terhadap kaum LGBT.

Selain itu, fenomena pemberitaan LGBT di media arus utama Indonesia juga dapat dilihat dari hasil penelitian Lingga & M.Syam (2018), bahwa media arus utama seperti Republika.co.id dalam menyampaikan berita LGBT cenderung bernada negatif dengan unsur penolakan atau menentang adanya kelompok LGBT. Republika.co.id juga menganggap bahwa LGBT sebagai kelompok ancaman bagi negara karena menyimpang norma, aturan agama, dan sosial di Indonesia (Lingga & M.Syam, 2018). Sedangkan, media Tempo.co dalam memberitakan isu LGBT cenderung netral dan tidak mempermasalahkan kehadiran kelompok LGBT (Lingga & M.Syam, 2018). Dari hasil penelitian tersebut, pemberitaan LGBT di media arus utama masih bernada negatif dan netral, sehingga masih banyak ditemukan masyarakat Indonesia yang memiliki stigma negatif terhadap LGBT. Dalam konteks pemberitaan LGBT di media alternatif, peneliti melihat bahwa *Sejuk.org* mampu memuat pemberitaan yang bernada positif, sehingga sangat mungkin bahwa pembaca ikut memandang isu LGBT dari sisi yang positif.

2.3 Alur Penelitian



Gambar 2.2 Alur Penelitian
Sumber: Olahan Peneliti, 2021

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA