

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Kumpulan penelitian terdahulu dilakukan untuk menjadi pedoman peneliti dalam menjalankan penelitian, mendapatkan perbandingan, dan menghindari adanya kesamaan dengan penelitian terbaru ini. Topik penelitian terdahulu yang diambil untuk diteliti memiliki kemiripan dengan fokus terbaru dari peneliti. Pada penelitian ini, peneliti meninjau penelitian terdahulu yang juga mengangkat topik mengenai fenomena *queerbaiting* sebagai fenomena yang terjadi pada media.

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian sebelumnya serta dapat memberikan sudut pandang baru mengenai fenomena *queerbaiting*. Terdapat 10 penelitian terdahulu yang dapat menjadi pedoman peneliti dengan pembahasan yang berbeda-beda. Setiap penelitian terdahulu memiliki fokus pembahasan yang berbeda. Namun, terdapat juga kesamaan antara masing-masing penelitian terdahulu yang dibuat menjadi acuan dari penelitian ini. Ke-10 penelitian terdahulu ini dipilih karena relevan dan dapat menjadi referensi bagi penelitian ini dimana kesepuluh penelitian terdahulu secara spesifik membahas mengenai fenomena *queerbaiting* yang terjadi di masyarakat.

Menurut hasil temuan peneliti pada penelitian terdahulu, terdapat 5 penelitian terdahulu yang menggunakan *queer theory*, yaitu Penelitian ke-dua berjudul *The media construction of LGBT+ characters in Hollywood blockbuster movies. The use of pinkwashing and queerbaiting* yang ditulis oleh Juan-José Sánchez-Soriano dan Leonarda García-Jiménez, Penelitian ke-enam yang berjudul *The Affective Politics of Queerbaiting: Fandom, Identity and Representation*, ditulis oleh Michael McDermott, BA, Penelitian ke-tujuh yang ditulis oleh Emma Nordin dengan judul *From Queer Reading to Queerbaiting The battle over the polysemic text and the power of hermeneutics*, Penelitian ke-8 dengan judul *The (Broken) Promise of Queerbaiting: Happiness and Futurity in Politics of Queer*

*Representation* yang ditulis oleh McDermott pada tahun 2021, Penelitian ke-10 yang merupakan penelitian Katelyn Thomson dengan judul *Analysis of LGBTIQ++ Representation on TV and Film*.

Pada penelitian-penelitian terdahulu, ada berbagai persepsi mengenai fenomena *queerbaiting*. Penelitian milik Caitlin Danielle M. Martin, Nala Maica S. Pilar, serta Ronnie D, menjelaskan bahwa masyarakat melihat *queerbaiting* sebagai fenomena yang dapat ditoleransi dan melihatnya sebagai representasi yang terbatas. Sedangkan penelitian (McDermott, 2021) pada *International Journal of Cultural Studies Vol. 24 No. 5* melihat *queerbaiting* sebagai hal yang negatif karena memberikan harapan palsu kepada kaum *queer*. Sementara pada penelitian keempat yang berjudul *Queerbaiting: The 'Playful' Possibilities of Homoeroticism* yang ditulis oleh Joseph ditemukan bahwa "*queerbaiting*" sebenarnya memungkinkan untuk dilakukan, karena para penggemar dapat mengeksplorasi dan menikmati hubungan homoerotis dalam cerita tersebut

Penelitian ke-10 dan ke-11, memiliki Hasil penelitian yang menyoroti pentingnya pendidikan dan pemahaman individu terhadap nilai-nilai queer serta pentingnya representasi yang substansial, inklusif, dan autentik bagi kaum queer dalam media. Implikasinya adalah bahwa generasi muda yang terlibat dalam subkultur LGBTQ+ serta orang tua dan guru di Indonesia memiliki peran yang penting dalam mendidik anak-anak agar mereka tidak terpengaruh secara negatif oleh fenomena sosial seperti *queerbaiting*. Pendidikan yang inklusif dan mendukung dapat membantu mengatasi prasangka, mengurangi stigma, dan mempromosikan pemahaman yang lebih baik terhadap keberagaman seksual dan identitas gender dalam masyarakat.

Pada penelitian terdahulu seperti penelitian milik Yousuf Hasan Parvez, Cook, Carson, (2018), serta Katelyn Thomson yang menjelaskan pentingnya representasi kaum LGBTQ+ dan gender pada media. Pada penelitian Penelitian pertama berjudul *A Phenomenological Study on the Reception of Philippine LGBTIQ++ Audiences Towards Queerbaiting in American Television Series* oleh Caitlin Danielle M. Martin, Nala Maica S. Pilar, serta Ronnie D. Pangan juga

dikatakan bahwa meskipun masyarakat menganggap *queerbaiting* sebagai representasi, mereka tetap menghargai representasi karakter yang lebih tulus dan multidimensi. Penelitian ke-9 juga memiliki analisis yang menunjukkan bahwa representasi karakter biseksual dan transgender masih tertinggal di belakang lesbian dan pria gay dalam beberapa hal dan secara keseluruhan ada lebih banyak representasi LGBT pada platform streaming daripada di siaran televisi.

Fenomena *queerbaiting* pada media sudah diteliti oleh peneliti di luar Indonesia, tetapi peneliti masih belum menemukan penelitian di Indonesia yang mengangkat topik *queerbaiting* secara gamblang. Penelitian di Indonesia yang menjadi acuan adalah penelitian oleh Ikrar Genidal Riadil dengan judul “*LGBTIQ+ Existence In Indonesia: Investigating Indonesian Youth’s Perspectives Towards The LGBTIQ+Community*” yang membahas soal LGBTQ+ di Indonesia. Karena hal ini, peneliti melakukan penelitian terbaru untuk mengetahui pemahaman kaum LGBTQ+ di Indonesia terkait fenomena *queerbaiting* yang masih belum familiar di Indonesia.

Rangkuman penjelasan tentang ke-sebelas penelitian terdahulu disusun dalam bentuk tabel di bawah ini.



Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metodologi Penelitian	Teori dan Konsep	Hasil Penelitian
1.	Caitlin Danielle M. Martin, Nala Maica S. Pilar, serta Ronnie D	A Phenomenological Study on the Reception of Philippine LGBTIQ++ Audiences Towards Queerbaiting in American Television Series.  ( <a href="https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ajbs/article/view/18340">https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ajbs/article/view/18340</a> )	Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk melihat persepsi komunitas LGBTIQ++ Filipina terhadap <i>queerbaiting</i> dalam serial Amerika.	Fenomenologi, <i>focus group discussion</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Interpersonal deception theory</i></li> <li>• <i>Audience reception theory</i>.</li> </ul>	Hasil dari penelitian ini adalah masyarakat menganggap <i>queerbaiting</i> dapat ditoleransi dan melihatnya sebagai representasi yang terbatas. Mereka juga melihatnya sebagai strategi pemasaran untuk mengumpulkan lebih banyak penayangan, tetapi disengaja atau tidak disengaja meningkatkan wawasan yang berbeda. Dan terakhir, meskipun masyarakat menganggapnya sebagai representasi, mereka tetap menghargai representasi karakter yang lebih tulus dan multidimensi
2.	Juan-José	The media construction of	Tujuannya adalah untuk	Analisis Wacana	Queer theory	Meskipun mengiklankan

	Sánchez-Soriano, Leonarda García-Jiménez	LGBT+ characters in Hollywood blockbuster movies. The use of pinkwashing and queerbaiting.  <a href="https://nuevaepoca.revista.latinacs.org/index.php/revista/article/view/380/2821">https://nuevaepoca.revista.latinacs.org/index.php/revista/article/view/380/2821</a>	membersihkan citra dalam menghadapi tindakan negatif, seperti pengaduan yang telah dibuat oleh asosiasi GLAAD dalam laporan tahunannya sejak tahun 2013 karena kurangnya keragaman seksual dalam film fitur tipe blockbuster.	krisis	penyertaan karakter LGBTQ+ selama kampanye promosi, film fitur ini dibingkai dalam logika heteronormatif dan menghilangkan referensi eksplisit tentang keragaman seksual untuk menghindari kemungkinan kerugian ekonomi.
3.	Nicole Woods	<i>It's just absolutely everywhere': understanding LGBTQ experiences of queerbaiting</i>  <a href="https://doi.org/10.1080/19419899.2021.1892808">https://doi.org/10.1080/19419899.2021.1892808</a>	Pendapat berbeda tentang apa yang dimaksud dengan queerbaiting dan niat mereka yang berkontribusi pada praktik queerbaiting, menunjukkan bahwa queerbaiting adalah fenomena multidimensi yang paling baik dipahami sebagai istilah umum untuk beragam praktik.	Interpretative phenomenological Analysis	kami mengembangkan taksonomi queerbaiting baru dengan tiga bentuk utama: queerbaiting konsumen; queerbaiting budaya; dan queerbaiting sosial. Pengakuan atas ketiga bentuk queerbaiting ini dapat meningkatkan pemahaman tentang queerbaiting dan pengaruhnya dalam penelitian di masa depan dan berbagai latar tempat

						terjadinya queerbaiting.
--	--	--	--	--	--	--------------------------

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

4.	Joseph Brennan	Queerbaiting: The 'Playful' Possibilities of Homoeroticism	Bertujuan untuk mengeksplorasi konsep queerbaiting pada seri TV "Merlin".	Kualitatif, Studi Kasus, Studi dokumentasi	Homoeroticism, Queerbaiting, Slash Fans, Masculinity	Dalam analisis serial TV Merlin, dapat diamati bahwa praktik "queerbaiting" dapat terjadi karena para penggemar memiliki kesempatan untuk menjelajahi dan menyerap hubungan homoerotis yang ada dalam cerita tersebut.
5.	Lucia Scott, M.A. <a href="https://baylor-ir.tdl.org/bitstream/handle/2104/10716/SCOTT-THESIS-2019.pdf?sequence=1">https://baylor-ir.tdl.org/bitstream/handle/2104/10716/SCOTT-THESIS-2019.pdf?sequence=1</a>	They Won't: Analyzing Queerbaiting and Compulsory Heterosexuality in Popular Television	Menganalisis Rizzoli and Isles, Supernatural, dan Stranger Things sebagai tiga contoh queerbaiting yang membantu dalam operasional mendefinisikan queerbaiting, mengilustrasikan dampak dari latihan, dan akhirnya memodifikasi populer pemahaman queerbaiting untuk lebih inklusif identitas gender.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• close reading</li> <li>• tropological analysis</li> </ul>	heterosexuality,	penjelasan mengapa queerbaiting terjadi dan dapat menawarkan cara baru untuk menganalisis teks-teks ini untuk mengungkap queerbaiting ketika itu terjadi.
6.	Michael	The Affective Politics of	untuk menganalisis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• qualitative,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Queer</li> </ul>	queerbaiting adalah

	McDermott, BA (Hons) file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Thesis%20(2).pdf	Queerbaiting: Fandom, Identity and Representation	munculnya fenomena queerbaiting melampaui analisis tekstual acara televisi.	<i>interview-based</i> • <i>sociological account of queerbaiting.</i>	theory , • performativity • affect	momen kontemporer yang mencerminkan pergeseran yang lebih luas dalam politik visibilitas queer dan hubungan penonton dengan representasi.
7.	Emma Nordin <a href="https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:839802/fulltext01.pdf">https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:839802/fulltext01.pdf</a>	From Queer Reading to Queerbaiting The battle over the polysemic text and the power of hermeneutics	Melalui mempelajari komunitas penggemar internet, tesis ini, dengan fokus di acara TV, menganalisis apa yang dimaksud dengan istilah queerbaiting dan cara kerjanya sebagai contoh aktivisme penggemar	studi resepsi	queer theory	bagaimana penggunaan strategi hermeneutis yang berbeda dan diskusi tentang kekuasaan di komunitas penggemar saling mempengaruhi dan bagaimana penggemar media sosial partisipasi telah mempengaruhi cara representasi, interpretasi dan kepemilikan dibahas.
8.	(McDermott, 2021) International Journal of Cultural Studies Vol. 24 No. 5	The (Broken) Promise of Queerbaiting: Happiness and Futurity in Politics of Queer Representation	Meneliti tentang bagaimana para penggemar membaca, melihat, mengkonseptualisasi, serta tidak setuju pada tindakan serta tujuan dalam tindakan queerbaiting.	Kualitatif, Fenomenologi, Wawancara dan Studi dokumentasi	Queerbaiting; Queer Theory, Stereotype, Happiness	Pada awalnya, penggunaan <i>Queerbaiting</i> diharapkan dapat memberikan representasi untuk kaum <i>queer</i> . Tetapi, pada akhirnya, <i>queerbaiting</i> justru hanya menjadi sebuah harapan

						palsu bagi komunitas <i>queer</i> .
9.	Cook, Carson, (2018). Honors Theses. <a href="https://scholar.ut.c.edu/honors-theses/128">https://scholar.ut.c.edu/honors-theses/128</a>	A content analysis of LGBT representation on broadcast and streaming television	memahami representasi karakter lesbian, gay, biseksual, dan transgender.	content analysis	Teori Cedric Clark tentang representasi ras minoritas.	Analisis menunjukkan bahwa representasi karakter biseksual dan transgender masih tertinggal di belakang lesbian dan pria gay dalam beberapa hal dan secara keseluruhan ada lebih banyak representasi LGBT pada platform streaming daripada di siaran televisi.
10.	Katelyn Thomson	An analysis of LGBTIQ++ Representation on TV and Film	Memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca tentang kekuatan dan dampak yang dapat ditimbulkan oleh representasi akurat tentang LGBTIQ++ terhadap komunitas dan masyarakat secara keseluruhan.	Content analysis	Queer theories, scripting theory, dengan adisi kepada Stuart Hall and Roland Barthes' communication models.	Penelitian ini menekankan pentingnya nilai pendidikan dan pemahaman individu queer serta representasi mereka.

11.	Ikrar Genidal Riadil <a href="https://doi.org/10.33019/berumpun.v3i2.30">https://doi.org/10.33019/berumpun.v3i2.30</a>	Lgbtq+ Existence In Indonesia: Investigating Indonesian Youth's Perspectives Towards The Lgbtq+ Community	Menyelidiki perspektif generasi muda Indonesia terhadap komunitas LGBTQ+ di Indonesia.	Kualitatif, questionnaire.	LGBTQ+ issues	Implikasi dari penelitian ini memberi informasi kepada generasi muda yang terlibat dalam kultur LGBTQ+ serta kepada orang tua dan pengajar di Indonesia yang memiliki pertanggungjawaban dalam memberi pengajaran untuk anak-anak agar mereka tidak dipengaruhi secara negatif oleh fenomena yang tengah terjadi di masyarakat ini.
-----	---	---	--	----------------------------	---------------	---

Sumber: Olahan peneliti (202

## 2.2 Teori atau Konsep

### 2.2.1 *Queerbaiting*

Sejarah taktik *queerbaiting* sangat penting dalam memahami bagaimana potensi hubungan *queer* ditangani oleh pihak pencipta dan promotor media dalam sastra, film, dan serial televisi. *Key concepts* dalam taktik *queerbaiting* antara lain adalah *queercoding*, *queerbaiting* dan *queercatching*. *Queercoding* dapat dijelaskan sebagai penciptaan karakter yang dikodekan ke menjadi aneh, biasanya dengan diberikan atribut tertentu yang dapat dikaitkan dengan keanehan. Namun, mereka tidak akan secara eksplisit aneh dalam teks itu sendiri (Greenhill, 2015). Selain itu, *queerbaiting* telah "digunakan sebagai kampanye pemasaran atau wawancara pers di mana orang-orang di belakang layar akan malu-malu atau tidak jelas ketika ditanya tentang subteks" dalam novel, film, maupun acara TV (Ellis, 2019).

*Queer Catching* adalah bentuk terbaru dari taktik *queerbaiting* dan hampir secara eksklusif telah dibahas secara *online*, yaitu di YouTube dan Twitter dan belum dipertimbangkan dalam wacana akademik. Namun, telah didefinisikan sebagai "berbicara secara eksplisit dalam mempromosikan sebuah film atau acara TV tentang karakter *queer*, tetapi tidak menindaklanjuti bagian itu sendiri, dalam bentuk apapun cara yang berarti. Juga hanya menampilkan sedikit atau bahkan tidak sama sekali indikasi seksualitas karakter menjadi bagian dari film, dan kemudian secara perlahan memberi tahu penonton bahwa mereka adalah LGBTIQ+ selama ini" (Ellis, 2019). *Queer Catching* bisa disebut sebagai kebalikan dari *queerbaiting*.

*Queerbaiting* berevolusi dari *queer coding* setelah Kode Hayes dihapuskan di akhir 1960-an, dan dapat didefinisikan sebagai strategi di mana "penulis dan jaringan berusaha untuk mendapatkan" perhatian dari penonton *queer* melalui petunjuk, lelucon, gerak tubuh, serta simbolisme yang menunjukkan hubungan *queer* antara dua karakter, dan kemudian

dengan tegas menyangkal dan menertawakan kemungkinan" (Fathallah, 2015). Pada konteks hiburan atau *entertainment*, *queerbaiting* merupakan sebuah audiens yang mengklaim bahwa mereka mengetahui maksud seorang produser dan menganggap para produser berbohong dan tidak mendukung gerakan *queer* secara gamblang (Nordin, 2015)

(Woods & Hardman, 2021) mengategorikan *queerbaiting* menjadi tiga bentuk berdasarkan hasil temuannya, yaitu:

a. *Cultural Queerbaiting*

Bentuk *queerbaiting* yang dibuat selaras dengan pengertian dan penggunaan di masa kini, yaitu melalui media dan hiburan massa, baik secara offline maupun online.

b. *Social Queerbaiting*

*Queerbaiting* yang dapat dilihat melalui perilaku dan penampilan, seperti yang dilakukan oleh para selebriti, publik figur, dan *influencer*.

c. *Consumer Queerbaiting*

Praktik *queerbaiting* dalam produk dan pemasaran khususnya dalam sebuah iklan dengan menyematkan LGBTIQ+ secara tersirat.

Masalah inti dari *queerbaiting* yaitu para penonton menyatakan bahwa bahkan jika produser bukan satu-satunya pihak yang menciptakan konteks atau makna *queer*, mereka memiliki kekuatan untuk menyangkal atau mengoreksi konteks atau makna yang salah tersebut. *Queerbaiting* yang dilakukan oleh media memunculkan reaksi yang beragam dari penontonnya seperti harapan, yang ditujukan pada dua karakter. Namun, bisa juga dianggap sebagai humor bagi penonton yang menginterpretasikannya sebagai lelucon. Beberapa penonton juga menganggap beberapa penggemar menganggapnya sebagai janji tentang apa yang akan terjadi antara dua karakter. Ada yang melihatnya sebagai

janji yang ternyata tidak akan dipenuhi yang kemudian memunculkan kasus 'queerbaiting'.

### 2.2.2 LBGTIQ+

LBGTIQ+ adalah akronim untuk *lesbian, gay, bisexual, transgender, intersex, dan queer*. Tanda tambah mewakili orang dengan beragam SOGIESC (*sexual orientation, gender identity, gender expression, and sex characters*) dan mengidentifikasi dirinya menggunakan istilah lain. Dalam beberapa konteks, LGB, LGBT atau LGBTI sudah terbiasa mengacu pada populasi tertentu. Pada perkembangannya, ada beberapa karakter tambahan yang dapat ditambahkan, seperti A untuk aseksual, *agender* atau sekutu, 2S untuk *Two-Spirit* atau P untuk panseksual. Di banyak lokasi, urutan hurufnya bisa berbeda-beda, misalnya LGBTQI+ ataupun GBLTQI+.

Akronim terkait SOGIESC tidak statis dan terus berkembang dari waktu ke waktu. Untuk memastikan inklusivitas dan akurasi, mereka harus diterapkan dengan pertimbangan hati-hati pada individu atau populasi yang direferensikan. Selain SOGIESC, adapula orang dengan *diverse* SOGIESC yaitu *umbrella term* untuk semua orang yang memiliki orientasi seksual, identitas gender, ekspresi gender dan/atau jenis karakteristik kelamin yang menempatkan mereka di luar kategori arus utama budaya.

Orientasi seksual atau *sexual orientation* pada SOGIESC dapat dijelaskan sebagai kapasitas abadi setiap orang untuk perasaan romantis, emosional dan/atau fisik yang mendalam, atau ketertarikan pada, orang lain. Mencakup hetero-, homo-, bi-, pan- dan *aseksualitas*, serta berbagai macam ekspresi orientasi seksual lainnya. Istilah ini lebih disukai daripada preferensi seksual, perilaku seksual, gaya hidup dan cara hidup ketika menggambarkan perasaan atau ketertarikan seseorang terhadap orang lain. Orientasi seksual mencakup 'ketertarikan emosional, romantis, atau seksual seseorang terhadap orang lain, serta identitas seksual dan perilaku seksual

yang didasarkan pada ketertarikan tersebut (Austin, 2017). Orientasi seksual menjelaskan kepada gender apa seseorang memiliki ketertarikan seksual.

*Gender identity* atau identitas gender dapat dijelaskan sebagai sebuah pengalaman internal dan individual seorang individu mengenai gender yang mereka rasakan dengan sangat mendalam, yang mungkin sesuai atau tidak dengan jenis kelamin yang diberikan pada saat lahir atau gender yang ditetapkan oleh masyarakat. Hal ini mencakup rasa pribadi terhadap tubuh, yang mungkin atau mungkin tidak melibatkan keinginan untuk memodifikasi penampilan atau fungsi tubuh melalui tindakan medis, operasi, atau cara lainnya. Identitas gender mengacu pada perasaan bawaan seseorang tentang diri sendiri sebagai laki-laki, perempuan, keduanya, bukan keduanya, atau jenis kelamin lainnya, dan umumnya sesuai dengan karakteristik seks fisik seseorang atau jenis kelamin yang ditetapkan saat lahir (Drescher & Pula, 2014)

*Gender expression* atau ekspresi gender adalah cara seseorang mempresentasikan gendernya kepada orang lain melalui pakaian, gaya rambut, suara, bentuk tubuh, dan bentuk presentasi diri lainnya (Kozee, Tylka, & Bauerband, 2019). Seseorang menggunakan berbagai tanda atau petunjuk, seperti nama, kata ganti, perilaku, pakaian, suara, gaya bicara, dan/atau karakteristik fisik, untuk menafsirkan jenis kelamin individu lain. Namun, ekspresi gender tidak selalu mencerminkan identitas gender seseorang secara akurat. Individu dengan orientasi seksual, identitas gender, atau karakteristik seksual yang beragam, tidak selalu memiliki ekspresi gender yang beragam. Demikian pula, individu yang tidak memiliki orientasi seksual, identitas gender, atau karakteristik seksual yang beragam, dapat memiliki ekspresi gender yang beragam.

*Sex characteristics* atau karakteristik seks mengacu pada fitur biologis yang umumnya diasosiasikan dengan menjadi laki-laki atau perempuan, termasuk organ reproduksi, kromosom, hormon, dan

penampilan fisik (Hardacker, Ducheny, & Houlberg, 2018). Karakteristik seks merupakan ciri fisik setiap orang yang berkaitan dengan jenis kelamin, antara lain kromosom, *gonad*, hormon seks, alat kelamin dan fitur fisik sekunder yang muncul dari pubertas.

Menurut (International Labour Organization., 2022), *lesbian* merupakan wanita yang memiliki ketertarikan romantis, emosional, dan/atau fisik yang abadi terhadap wanita. Pada akhir abad ke-19 dan awal abad ke-20, profesional medis dan psikologis memandang *lesbianisme* sebagai gangguan atau patologi mental. Baru pada tahun 1960-an dan 70-an aktivisme lesbian dan gerakan feminis mendapatkan momentumnya, membawa visibilitas yang lebih besar pada identitas dan budaya lesbian. Sejak saat itu, lesbian telah membuat kemajuan yang signifikan dalam mencapai pengakuan dan perlindungan hukum untuk hubungan dan keluarga mereka, seperti kesetaraan pernikahan dan hak adopsi.

Sedangkan Gay adalah pria yang memiliki ketertarikan romantis, emosional, dan/atau fisik yang abadi terhadap pria; juga, wanita yang tertarik pada wanita lain. Kata "gay" sering digunakan sebagai sinonim untuk "homoseksual", tetapi secara historis, istilah tersebut merujuk khususnya pada laki-laki yang tertarik pada laki-laki. Namun, dalam konteks modern, istilah ini sering digunakan untuk mengacu pada orang dari semua gender yang tertarik pada orang dari jenis kelamin yang sama (Meyer, 2022)

Biseksualitas sering didefinisikan sebagai ketertarikan pada kedua jenis kelamin, tetapi ini bisa menjadi penyederhanaan yang berlebihan dari pengalaman yang kompleks dan cair (Diamond, 2016). Beberapa orang mengidentifikasi diri sebagai biseksual karena mereka mengalami ketertarikan baik pada pria maupun wanita, tetapi yang lain mengidentifikasi diri sebagai biseksual karena mengalami ketertarikan pada individu dari berbagai jenis kelamin (Brewster & Moradi, 2010). Biseksual

adalah seseorang yang memiliki kapasitas ketertarikan romantis, emosional, dan/atau fisik kepada orang lain yang memiliki satu jenis kelamin dengannya. Biseksual+ dan Bi+ terkadang juga digunakan sebagai istilah umum untuk identitas non-monoseksual.

Istilah transgender digunakan untuk menggambarkan orang-orang yang hidup, atau ingin hidup, penuh waktu dengan jenis kelamin yang bukan merupakan jenis kelamin yang ditetapkan saat lahir (Lev, 2019). *Trans*, transgender, dan *non-biner* merupakan istilah-istilah yang digunakan sebagai *umbrella term* untuk melambangkan variasi kata-kata yang menggambarkan persepsi seseorang mengenai gender yang berbeda dari jenis kelamin yang ditetapkan sejak lahir dan jenis kelamin yang dimiliki kepada seseorang oleh masyarakat, baik itu identifikasi sebagai laki-laki, perempuan, trans atau transgender, jenis kelamin yang berbeda, atau bahkan tanpa jenis kelamin

Interseks adalah istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan berbagai macam variasi tubuh alami yang tidak sesuai dengan definisi tipikal tubuh pria dan wanita. Orang interseks mungkin memiliki orientasi seksual, identitas gender, atau ekspresi gender (Brougher, 2019). Orang interseks dilahirkan dengan karakteristik seks yang tidak sesuai dengan definisi tipikal dari tubuh laki-laki dan perempuan. Interseks juga merupakan salah satu *umbrella term* yang digunakan untuk menggambarkan variasi tubuh alami yang luas. Beberapa variasi ini mungkin terlihat sebelum atau saat lahir, sedangkan yang lain tidak terlihat sampai setelah pubertas atau kemudian, atau mungkin sama sekali tidak terlihat secara fisik. Orang interseks menggunakan banyak istilah yang berbeda, dan kadang-kadang menggunakan istilah yang berbeda dengan orang yang berbeda untuk menghindari stigma, kesalahpahaman, diskriminasi, dan kekerasan. Orang interseks dapat memiliki orientasi seksual, identitas gender, atau ekspresi gender apa saja.

*Queer* adalah istilah umum yang mencakup berbagai identitas, ekspresi, dan praktik non-normatif yang terkait dengan gender dan seksualitas. Ini mencakup orang-orang yang mengidentifikasi diri sebagai lesbian, gay, biseksual, transgender, *interseks*, aseksual, dan identitas lain yang menantang norma biner heteroseksualitas dan *cisgenderisme*. Beberapa orang telah mengambil kembali istilah negatif "queer" dan menganggapnya termasuk dalam kategori beragam orientasi seksual, identitas gender, dan ekspresi gender. Istilah ini dapat digunakan sebagai *umbrella term* untuk individu dengan ragam orientasi seksual, identitas gender, dan ekspresi gender. *Queer* juga bisa menjadi alternatif dari frasa "orang dengan SOGIESC yang beragam" atau singkatan LGBT. Banyak orang yang merasa tidak sesuai dengan norma sosial, ekonomi, dan politik tertentu yang berdasarkan orientasi seksual, identitas gender, dan ekspresi gender mereka menggunakan istilah *queer*.

Pandangan mengenai komunitas LGBTIQ+ di Indonesia masih menjadi perdebatan dan mengundang kontroversi. Sebagian besar warga Indonesia masih berpandangan konservatif dan enggan menerima orientasi seksual atau identitas gender yang berbeda dari heteroseksual dan cisgender. Komunitas LGBTIQ+ sering mengalami diskriminasi, stigma, dan kekerasan di Indonesia. Beberapa kelompok agama dan konservatif seringkali mempertegas pandangan mereka mengenai LGBTIQ+ sebagai "gangguan moral" dan berusaha untuk menghalangi pengakuan hak LGBTIQ+ secara resmi oleh pemerintah. Akan tetapi, ada juga masyarakat dan aktivis yang terus berjuang untuk melindungi hak dan menyamakan kedudukan LGBTIQ+. Beberapa lembaga non-pemerintah, seperti Arus Pelangi, GAYA NUSANTARA, dan LBH Masyarakat, bertekad untuk memberikan dukungan dan perlindungan bagi individu LGBTIQ+ serta memperjuangkan hak-hak mereka.

Meskipun mayoritas masyarakat Indonesia masih memiliki pandangan yang terbagi mengenai LGBTIQ+, terdapat beberapa tanda

perubahan di kota-kota besar Indonesia yang mulai membuka diri terhadap isu LGBTIQ+. Meski demikian, masih banyak pekerjaan yang harus dilakukan untuk memastikan pengakuan dan penghormatan hak LGBTIQ+ secara luas di Indonesia. Berdasarkan hasil survey CIA dilansir six pack magazine.net populasi LGBTIQ+ di Indonesia menempati urutan ke-5 di dunia setelah negara China, India, Eropa, dan Amerika. Selain itu sejumlah lembaga survei independen dalam dan luar negeri menyebut bahwa Indonesia memiliki populasi 3% LGBT, artinya dari 250 juta penduduk Indonesia, sekitar 7,5 juta adalah LGBT (Hasnah & Alang, 2019)

### **2.2.3 Studi Resepsi**

Menurut sosiolog Inggris, Stuart Hall, mengusulkan model baru komunikasi massa yang menekankan pentingnya interpretasi aktif dalam sebuah kode yang dibuat secara relevan. Model komunikasi Hall bergeser dari gagasan bahwa media mungkin secara langsung mempengaruhi perilaku tertentu pada individu dengan tetap mempertahankan posisi media sebagai model ag adalah:

1. Sebuah kejadian yang persis dapat dikodekan dalam lebih dari satu bentuk;
2. pesan memiliki lebih dari satu kemungkinan bacaan; dan
3. penafsiran pesan bisa menjadi proses yang sulit, tidak peduli seberapa alami pesan itu muncul.

Stuart Hall mengemukakan bahwa teks media mengandung berbagai pesan yang dikodekan oleh seorang produser dan kemudian didekodekan (dipahami) oleh khalayak. Oleh karena itu apa yang kita lihat hanyalah sebuah 'representasi' dari apa yang produser ingin kita lihat. Studi resepsi Stuart Hall melakukan pendekatan kritis dalam bidang kajian media dan budaya yang membahas bagaimana audiens menafsirkan dan memberikan makna pada pesan yang mereka terima dari media dan budaya. Hall berpendapat bahwa pesan media dan budaya tidak hanya disandikan atau di-

*encode* oleh pembuat pesan, tetapi juga didekripsi atau di-*decode* oleh audiens, sehingga audiens memiliki peran penting dalam membangun makna dari pesan tersebut.

(Ciciliani, 2018) menjabarkan dalam studi resepsi ada konsep yang menjadi inti dari studi tersebut, yaitu konsep encoding (penyampaian pesan) dan decoding (penerimaan pesan). Terdapat tiga model *encoding/decoding* yang diidentifikasi oleh Hall, yaitu dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Model *encoding/decoding* dominan-hegemonik terjadi ketika audiens menerima pesan secara pasif dan memahami pesan seperti yang dimaksudkan oleh pembuat pesan. Sementara itu, model *encoding/decoding* negosiasi terjadi ketika audiens menerima pesan dengan cara yang lebih kritis, dan memaknai pesan sesuai dengan latar belakang, nilai, dan pengalaman mereka. Model *encoding/decoding* oposisi terjadi ketika audiens menolak atau mengabaikan pesan yang disampaikan oleh pembuat pesan dan menghasilkan makna yang berlawanan dengan pesan asli.

Melalui studi resepsi Stuart Hall, dapat dilihat bahwa audiens memiliki peran aktif dalam memberikan makna pada pesan media dan budaya, sehingga audiens tidak selalu menerima pesan seperti yang dimaksudkan oleh pembuat pesan. Hal ini menunjukkan bahwa makna tidak hanya ditentukan oleh pembuat pesan, tetapi dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan pengalaman audiens. Implikasi dari studi resepsi ini sangat penting dalam memahami bagaimana media dan budaya mempengaruhi pemikiran dan perilaku manusia, serta bagaimana audiens dapat mengubah atau menolak pesan yang ditujukan kepada mereka.

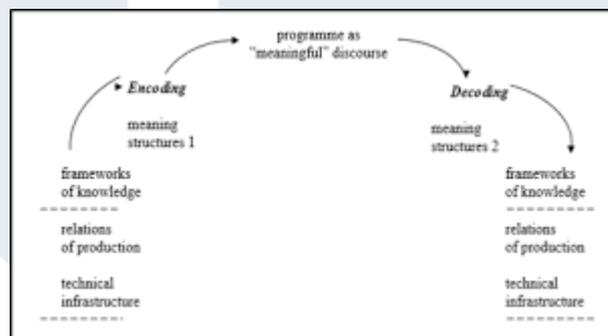
(Davis, 2004) menyatakan bahwa audiens memiliki kebebasan dalam memberikan makna terhadap pesan tersebut, dan tidak ada batasan yang mengatur bagaimana pemaknaan dilakukan oleh audiens. Pemaknaan yang dihasilkan oleh audiens tidak dapat dianggap salah dalam kategori tertentu.

Hall (1973) mengungkapkan bahwa encoding merupakan proses di mana pembuat media menyusun pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Proses ini melibatkan pengetahuan, keterampilan teknis, ideologi, asumsi tentang audiens, asumsi tentang isu yang dibahas, dan struktur produksi. Namun, menurut Davis (2004), seringkali audiens lebih fokus pada emosi yang ditampilkan oleh aktor dan karakter dalam film daripada faktor-faktor produksi seperti pengaturan kamera atau sudut pengambilan gambar. Sehingga, konsep encoding cenderung terabaikan oleh audiens.

Menurut Hall (1973), dalam konsep decoding terjadi proses interpretasi pesan oleh para penonton. Pada tahap ini, penonton memberikan makna pada pesan yang diterima sesuai dengan konteks dan pengalaman mereka sendiri. Pemaknaan yang berhasil terjadi ketika pesan tersebut dapat mempengaruhi perilaku, emosi, ideologi, persepsi, dan pemahaman audiens. (West & Turner, 2013) menjelaskan bahwa konsep decoding melibatkan penerimaan atau pemaknaan pesan media oleh audiens berdasarkan persepsi, pemikiran, dan pengalaman individu mereka. Pemaknaan tersebut dianggap sempurna jika dapat mengubah pandangan dan perilaku audiens terhadap isu yang dibahas (Hall, 1973).

Karena itu, para encoder atau produser memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pesan yang mereka sampaikan benar-benar relevan dan penting bagi audiens, serta dapat dipahami dengan baik oleh decoder atau penerima pesan agar pemaknaannya dapat terjadi dengan sempurna (Hall, 1973). Dengan menggunakan konsep encoding dan decoding, Hall bertujuan untuk menunjukkan bahwa anggapan tentang audiens sebagai penerima yang pasif adalah keliru. Audiens tak hanya menjadi penonton pasif yang sekadar menyaksikan tampilan yang disajikan, namun mereka juga terlibat dalam proses merenungkan dan menafsirkan makna sebuah tampilan.

Aktivitas audiens yang memaknai sesuatu menjadi bukti bahwa audiens tidaklah bersifat pasif. Meskipun tidak terlibat dalam proses produksi dan pembuatan acara, audiens tetap terlibat dalam mengolah tanda-tanda yang ada, seperti suara latar, gambar, dialog antar pemain, dan karakter yang ditampilkan dalam film. Selain itu, fokus bukanlah pada bagaimana pesan tersebut diproses, karena audiens memiliki kemampuan untuk menerima ataupun tidak menerima sebuah pesan (Davis, 2004). Pada konsep *encoding* dan *decoding*, ada sebuah peran ganda yang dimiliki oleh audiens sebagai sumber dan penerima pesan dari media (Hall, 1973)



Gambar 2.1 Model *Encoding* dan *Decoding*  
Sumber: Hall (1973)

Gambar Model *Encoding* dan *Decoding* adalah sebuah ilustrasi yang menggambarkan proses *encode* dan *decode* menurut Stuart Hall. Proses *encoding* pada gambar tersebut mencerminkan pembuatan makna atau pesan awal, yang juga dikenal sebagai "*meaning structures 1*". Proses pembuatan pesan dalam konsep *encoding* (*meaning structures 1*) dan *decoding* (*meaning structures 2*) dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu kerangka pengetahuan (*frameworks of knowledge*), hubungan produksi (*relations of production*), dan infrastruktur teknis (*technical infrastructure*). Namun, hasil pemaknaan yang dihasilkan bisa berbeda-beda. Pada tahap encoding, ketiga faktor tersebut mempengaruhi pesan mentah yang dimiliki oleh produser agar dapat dibentuk menjadi pesan utuh yang dapat disampaikan melalui media (Hall, 1973).

(Staiger, 2005) merujuk pada penjabaran Hall mengenai asal mula kerangka pengetahuan (*frameworks of knowledge*), yang awalnya dikritik dalam konteks model komunikasi massa yang tradisional. Angela McRobbie menyatakan bahwa media yang memiliki sifat polisemi dan bersifat ambigu memiliki pengaruh terhadap bagaimana penonton menerima pesan tersebut berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Pengetahuan yang dimaksud dapat berasal dari berita yang mereka lihat, kebudayaan yang mereka anut, serta pandangan dan asumsi yang mereka pegang. Faktor kunci dalam pemaknaan media, seperti sinema, seni, musik, dan lainnya, adalah kerangka pengetahuan (*frameworks of knowledge*) yang dimiliki oleh audiens (Turner, 1996). Audiens menggunakan pengetahuan yang diperoleh melalui sistem pendidikan mereka, yang juga dapat mempengaruhi pola pikir mereka dalam memahami suatu fenomena (Turner, 1996)

Hall (1973) menjelaskan bahwa dalam proses *encoding*, *encoder* menggunakan wawasan, pemahaman, dan dugaan mereka terhadap suatu topik yang diteliti. Penciptaan pesan yang dilakukan oleh *encoder* juga akan muncul didasari oleh beberapa hal tersebut. (Turner, 1996) juga menambahkan bahwa pengetahuan digunakan oleh produser media untuk memahami keinginan audiens. Produser biasanya melakukan *research* guna mengetahui preferensi audiens mereka dan memastikan keyakinan dan gagasan yang mereka anut.

(Staiger, 2005) menyampaikan pada sebuah jurnal yang disusun oleh Althusser, disebutkan bahwa institusi sosial seperti sekolah, keluarga, pemerintah, dan pemilik media melalui jalan lain turut berperan dalam hubungan produksi. Hubungan yang terjalin antara pekerja media dengan institusi sosial tersebut akan mempengaruhi pesan yang mereka buat dan membuat mereka sebagai pekerja yang terlibat dalam kapitalisme (Staiger, 2005). Sebuah Proses pembentukan dan penerimaan makna pesan akan dipengaruhi oleh kelas sosial yang dimiliki oleh individu dan cara mereka

membangun hubungan dengan orang lain. Dalam konteks *encoding*, cara pencipta menjaga hubungan dengan pemilik stasiun televisi dan hubungan yang saling menghormati dengan rekan kerja juga menjadi faktor yang mempengaruhi pembentukan pesan. Stuart Hall juga menambahkan bahwa *relations of production* dapat diilustrasikan sebagai hubungan kelas sosial, seperti kondisi ekonomi, pekerjaan, dan pendidikan yang dimiliki oleh individu, dengan pilihan politik yang mereka anut (Turner, 1996).

Teknologi infrastruktur atau *Technical infrastructure* dapat diartikan sebagai alat yang digunakan oleh encoder dan decoder dalam proses distribusi dan konsumsi pesan. Konsep ini terkait dengan potensi ekonomi yang terkait dengan kepemilikan teknologi. Selain itu, populasi pengguna teknologi juga menjadi pertimbangan penting supaya audiens memiliki kapabilitas dalam melihat berbagai layanan media, seperti berlangganan TV kabel atau mempunyai akses internet (Esser & Hanitzsch, 2012)

Hall (1973) mengungkapkan bahwa dalam proses ini, seorang produser ataupun encoder mulai membuat dan mewujudkan sebuah informasi maupun ide yang akan diterima oleh penonton. Ide atau pesan ini dibatasi oleh ideologi, asumsi, pengetahuan, dan pemikiran yang dimiliki oleh tim produksi. Selanjutnya, ide atau pesan tersebut dikemas dan disampaikan kepada audiens untuk dinikmati. Pada tahap *meaning structures 2*, terjadi proses pemaknaan pesan oleh audiens. Seringkali, pemaknaan yang dilakukan oleh *encoder* dan *decoder* tidak sama, dan ini dapat mengakibatkan kesalahpahaman. Seperti yang dijelaskan oleh Hall (1973) pesan yang dimaknai oleh audiens mungkin berbeda dengan pesan asli yang disampaikan oleh produser.

Hall (1973) mengklasifikasikan pemaknaan yang dilakukan oleh audiens menjadi tiga kategori. Pertama, ada kategori *dominant-hegemonic position* atau posisi dominan-hegemonis. Dalam kategori ini, pemaknaan yang dilakukan oleh audiens sejalan dengan pemaknaan yang dimaksudkan

oleh pengirim pesan. Audiens menerima dan menyetujui pesan yang dikirimkan oleh *encoder* kepada mereka, meskipun kadang-kadang pemahaman yang mereka terima belum sempurna.

Kategori kedua adalah *negotiated position* yang mengacu pada posisi audiens yang menerima pesan yang dikirimkan oleh *encoder*, namun mengubah pesan tersebut sesuai dengan pemikiran dan ideologi yang dimiliki. Audiens dalam kategori ini tidak sepenuhnya menerima atau menolak pesan, melainkan hanya menerima bagian pesan yang sejalan dengan pemahaman mereka.

Terakhir, terdapat *oppositional position* sebagai kategori ketiga pemaknaan audiens menurut Stuart Hall. Kategori ini menjelaskan bahwa audiens benar-benar tidak menyetujui pesan yang disampaikan oleh *encoder*. Hal ini bukan karena audiens tidak memahami atau tidak mengetahui isi pesan, tetapi mereka memiliki pandangan berbeda terhadap pesan tersebut yang bisa disebabkan oleh faktor internal maupun faktor eksternal.

Dalam penelitian studi resepsi, penting bagi peneliti untuk memahami pesan utama yang dikirimkan oleh *encoder* kepada audiens. Selain itu, (Davis, 2004) menjelaskan bahwa pemaknaan yang dilakukan oleh audiens tidak bisa dibatasi dalam bentuk tertentu, dan tidak dapat mengatakan bahwa kategori pemaknaan yang dihasilkan oleh audiens adalah benar atau salah.

#### **2.2.4 Interpretative Phenomenology Analysis (IPA)**

IPA adalah pendekatan penelitian kualitatif yang berfokus pada pemeriksaan tentang bagaimana orang memaknai pengalaman hidup utama mereka. IPA bersifat fenomenologis karena berkaitan dengan eksplorasi pengalaman dalam istilahnya sendiri. daripada mencoba memperbaiki pengalaman dalam kategori yang telah ditentukan sebelumnya atau terlalu abstrak. Penelitian IPA adalah penelitian dengan pendekatan kualitatif yang

bertujuan untuk menguji bagaimana seseorang memahami secara mendalam tentang pengalaman besar di hidup mereka (Smith, Flowers, & Larkin, 2009).

Upaya peserta penelitian untuk memahami apa yang sedang terjadi pada mereka membawa kita kepada sumbu teoritis kedua dalam IPA. Ini adalah upaya interpretatif dan oleh karena itu didasarkan pada hermeneutika, teori interpretasi. IPA berbagi pandangan bahwa manusia adalah makhluk yang berusaha memaknai, dan oleh karena itu, laporan yang diberikan oleh peserta akan mencerminkan upaya mereka untuk memahami pengalaman mereka. IPA juga mengakui bahwa akses terhadap pengalaman selalu bergantung pada apa yang peserta ceritakan tentang pengalaman itu, dan bahwa peneliti kemudian perlu menginterpretasikan laporan tersebut dari peserta untuk memahami pengalaman mereka (Smith, Flowers, & Larkin, 2009).

Dalam konteks ini, peneliti IPA terlibat dalam hermeneutika ganda karena peneliti berusaha memahami peserta penelitian yang mencoba memahami apa yang sedang terjadi pada mereka. Hal ini mencerminkan peran ganda peneliti. Peneliti menggunakan keterampilan dan kapasitas mental dan pribadi yang sama seperti peserta, dengan siapa peneliti berbagi sifat mendasar sebagai manusia. Pada saat yang sama, peneliti menggunakan keterampilan tersebut dengan lebih sadar dan sistematis. Dengan demikian, proses pemahaman peneliti adalah tingkat kedua; peneliti hanya memiliki akses terhadap pengalaman peserta melalui cerita peserta itu sendiri (Smith, Flowers, & Larkin, 2009)

Penelitian IPA dilakukan dengan sampel yang relatif kecil, dan tujuannya adalah untuk menemukan sampel yang relatif homogen, sehingga dalam sampel tersebut kita dapat mengkaji konvergensi dan divergensi secara rinci (Smith, Flowers, & Larkin, 2009). Selanjutnya, Pengumpulan data biasanya dilakukan dalam bentuk wawancara semi-terstruktur, di mana jadwal wawancara digunakan dengan fleksibel dan peserta memiliki peran

penting dalam menentukan apa yang dibahas. Transkrip wawancara dianalisis kasus per kasus melalui analisis kualitatif sistematis. Hasil analisis ini kemudian disusun menjadi narasi yang menggambarkan interpretasi analitis peneliti secara detail, yang didukung dengan kutipan langsung dari para peserta.

### **2.2.5 Keterkaitan Antara Resepsi Stuart Hall dan IPA**

Sinergi antara pendekatan resepsi dan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) terletak pada pendekatan yang digunakan dalam memahami dan menganalisis pengalaman individu. Berdasarkan penjabaran pendekatan resepsi di atas, Hall mengatakan bahwa pendekatan resepsi menekankan pada peran audiens dalam memaknai pesan media dan bagaimana pemaknaan tersebut dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, dan pengetahuan individu. Pendekatan ini melibatkan studi tentang interaksi antara produser media, pesan yang disampaikan, dan respons audiens.

Di sisi lain, (Smith e. a., 2009) (Smith, Flowers, & Larkin, 2009) menjelaskan bahwa *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) adalah pendekatan penelitian kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang pengalaman individu dan bagaimana individu tersebut memberikan makna terhadap pengalaman tersebut. IPA menekankan pada sudut pandang individu dan upaya mereka dalam memahami dan memberikan makna terhadap pengalaman hidup mereka.

Dalam konteks sinergi antara kedua pendekatan ini, pendekatan resepsi dapat memberikan kerangka analisis yang lebih luas untuk memahami bagaimana pesan media diterima dan dipahami oleh audiens. Metode resepsi biasanya digunakan untuk menganalisis respons dan tanggapan masyarakat terhadap suatu fenomena, seperti karya seni, media, atau pengalaman sosial tertentu. Sementara itu, IPA dapat digunakan untuk mengeksplorasi secara mendalam pengalaman individu dalam menerima dan memaknai pesan media tersebut. IPA berfokus pada penelitian dalam

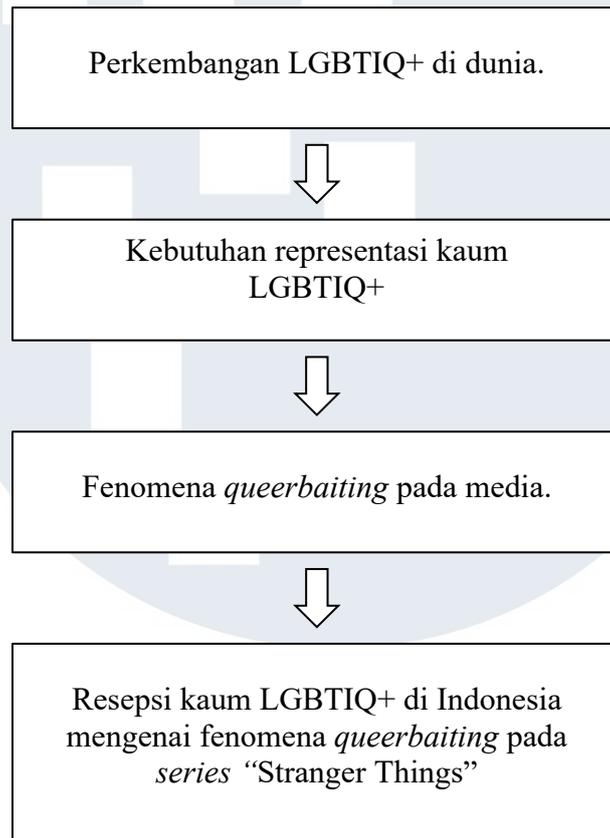
skala kecil, dengan tujuan untuk menggali pemahaman mendalam tentang perspektif individu dan bagaimana mereka mengkonstruksi makna dalam konteks tertentu.

Dengan menggabungkan kedua pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana audiens berinteraksi dengan pesan media, bagaimana pesan tersebut diterima dan diproses secara individual, serta bagaimana individu memberikan makna dan pengertian terhadap pengalaman tersebut (Smith, Flowers, & Larkin, 2009)



### 2.3 Alur Penelitian

Didasari oleh teori, konsep, serta kerangka pemikiran yang telah peneliti sampaikan, berikut alur penelitian yang dapat dituliskan:



Gambar 2.2 Alur penelitian  
Sumber: Olahan peneliti (2023)