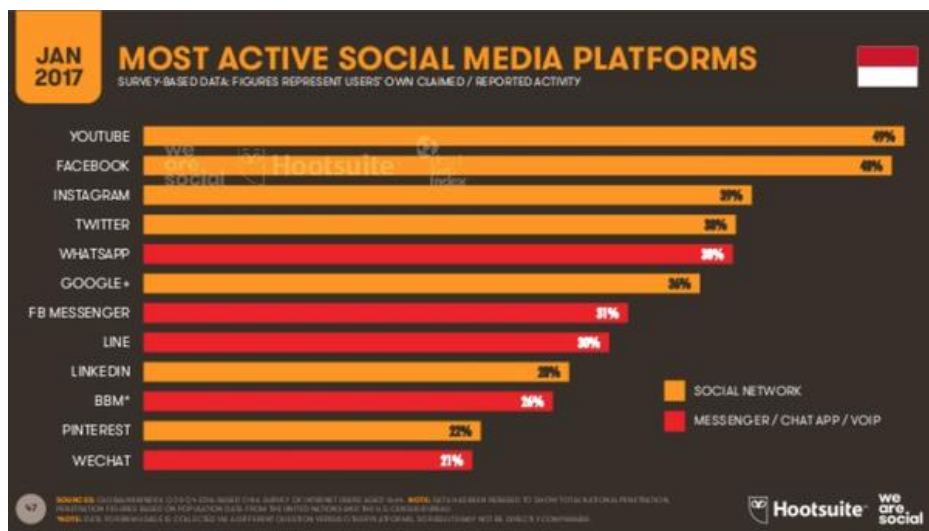


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital ini, tidak sedikit masyarakat di seluruh dunia menggunakan media sosial dalam kehidupan kesehariannya termasuk Indonesia yang menjadi salah satu penyumbang pengguna media sosial terbesar di dunia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan *We Are Social* perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan *Hootsuite*, pengguna media sosial dari Indonesia ini menempati urutan ketiga rata-rata waktu yang digunakan dalam mengakses media sosial. Waktu yang dihabiskan sekitar 3 jam 23 menit dalam sehari untuk mengakses beragam pilihan media sosial yang ada.



Gambar 1. Most Active Social Media Platform

(Sumber : <https://www.quora.com/What-are-the-top-5-social-media-platforms-used-in-Indonesia>)

Dari penelitian yang sama, YouTube menjadi sosial media pertama yang paling aktif diakses pengguna media sosial Indonesia. Artinya, konten-konten di YouTube ini menjadi konten utama yang dikonsumsi pengguna media sosial di Indonesia. Dengan begitu, konten dari YouTube dapat secara tidak langsung memberikan pengaruh kepada pengakses YouTube dari Indonesia, baik itu positif maupun negatif. YouTube tidak dapat mengatur secara signifikan semua konten yang ada pada *platform*-nya sehingga untuk menanggulangi konten negatif YouTube bertekad untuk membuat platform ini memiliki dampak sosial positif bagi penggunanya.

Sejak 2016 YouTube membuat program global yang bernama *YouTube Creators for Change*, dengan mengajak duta (*ambassador*) dari berbagai negara yang didedikasikan untuk mengatasi permasalahan sosial yang diharapkan akan berdampak pada perubahan sosial. Permasalahan sosial tersebut bisa berupa perkataan yang mendorong kebencian, xenofobia dan ekstremisme. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan rasa toleransi dan empati kepada orang lain. Duta *Creators for Change Global 2018* yang terdiri dari para pembuat konten yang dianggap inspiratif. Mereka ini dipilih atas semangat dan dedikasinya dalam menciptakan perubahan sosial yang positif untuk dunia. Mewakili jumlah pemirsa gabungan sebanyak 20 juta dan berasal dari lebih dari 16 negara di dunia.

Terdapat lima perwakilan *content creator* dari Indonesia sebagai Duta *Creators for Change Global 2018* yakni Gita Savitri Devi, Jovi

Adhiguna Hunter, Cameo Project, Film Maker Muslim dan Duo Harbatah. Mereka masing-masing memiliki tugas membuat konten yang membahas permasalahan sosial di masyarakat. Salah satu konten video yang memiliki pembahasan yang menarik adalah konten video yang terdapat pada akun YouTube Jovi Adhiguna Hunter. Dalam video tersebut membahas permasalahan sosial masyarakat Indonesia tentang toleransi terhadap tiga kelompok sosial minoritas yakni *transgender*, orang bertato dan *crossdresser : drag queen* lengger lanang (kesenian daerah Banyumas).

Sebagai negara dengan jumlah penduduk mencapai 265 juta jiwa menurut data Badan Pusat Statistik, Indonesia memiliki beragam kelompok sosial yang berkembang di masyarakatnya. Perkembangan ini menciptakan suatu pengelompokan sosial yakni mayoritas dan minoritas. Minoritas menurut kamus besar bahasa indonesia adalah suatu sebutan bagi kelompok sosial yang jumlah warganya lebih sedikit jika dibandingkan dengan kelompok sosial lainnya dalam suatu masyarakat dan oleh karena itu mendapat diskriminasi dari kelompok sosial lain tersebut.

Dari hasil survei Wahid Foundation bersama Lembaga Survei Indonesia pada Maret-April 2016, Direktur Wahid Foundation Zanuba Arifah Chafsoh alias Yenny Wahid mengungkapkan lesbian, gay, biseksual, dan *transgender* (LGBT) menjadi minoritas yang paling tidak disukai di Indonesia. Yenny mengungkapkan, hasil survei tersebut menunjukkan ada 10 kelompok yang tidak disukai di Indonesia dan LGBT berada pada posisi pertama dengan perolehan 26,1 % (Tempo.co).

Sedangkan pada Oktober 2017, 21,9% responden menyatakan komunis sebagai kelompok yang paling tidak disukai dan diikuti LGBT sebesar 17,8% (Sindonews.com). Disamping itu saat ini berkembang berbagai LSM (lembaga sosial masyarakat) yang berbasis nasional seperti GAYa Nusantara, IGS (*Indonesian Gay Society*) dan Arus Pelangi dan lain lain, tidak hanya itu banyak *public figure* yang mendukung keberadaan kaum LGBT di Indonesia.

Berdasarkan fakta tersebut dalam penelitian ini peneliti berfokus pada pesan toleransi terhadap *transgender* dalam video “3 Minoritas” di akun Youtube Jovi Adhiguna Hunter, karena dapat disimpulkan bahwa kaum *transgender* yang menjadi bagian LGBT memiliki tingkat kontra yang cukup tinggi di masyarakat Indonesia.

Banyak orang memandang *transgender* menentang kodrat dan tidak lepas dari berbagai penolakan dan pengucilan dari masyarakat, sehingga peluang untuk bekerja menjadi sempit (Atmojo, 1986 : 7). Selain itu *transgender* dianggap masuk dalam golongan penyimpangan seksual (Atmojo, 1986 : 32). Indonesia merupakan negara yang masih kental dengan ajaran agama, moral, dan etika yang telah berkembang dan mengakar di seluruh lapisan masyarakatnya. Perilaku “menyimpang” *transgender* tentu tidak bisa diterima begitu saja, karena selalu ada alasan-alasan mendasar dari masyarakat untuk menolak pelaku dan perilaku seksual menyimpang, baik itu didasari atas ajaran agama maupun budaya (Roby & Rahayu, 2018). Seorang *transgender* mengalami penolakan atau

dapat dibilang rendah toleransi karena dianggap tidak “normal” dan tidak berperilaku sebagaimana layaknya orang pada umumnya, yang secara fisik terlihat sebagai laki-laki tetapi secara psikologis merasa sebagai perempuan.

Menurut W. J. S. Poerwadarminto dalam "Kamus Umum Bahasa Indonesia" toleransi adalah sikap/sifat menenggang berupa menghargai serta memperbolehkan suatu pendirian, pendapat, pandangan, kepercayaan maupun yang lainnya yang berbeda dengan pendirian sendiri (Poerwadarminto, 1986 : 184). Istilah *Tolerance* (toleransi) adalah istilah modern, baik dari segi nama maupun kandungannya (Thoha, 2005 : 212). Istilah ini pertama kali lahir di Barat, di bawah situasi dan kondisi politis, sosial dan budayanya yang khas. Toleransi berasal dari bahasa Latin, yaitu *tolerantia*, yang artinya kelonggaran, kelembutan hati, keringanan dan kesabaran. Dari sini dapat dipahami bahwa toleransi merupakan sikap untuk memberikan hak sepenuhnya kepada orang lain agar menyampaikan pendapatnya, sekalipun pendapatnya salah dan berbeda (Misrawi, 2007 : 161).

Sedangkan *transgender* adalah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan orang yang melakukan, merasa, berfikir, atau terlihat berbeda dari peran gender aslinya. “*Transgender*” tidak menunjukkan bentuk spesifik apapun dari orientasi seksual heteroseksual, homoseksual, biseksual, panseksual, poliseksual, atau aseksual. *Transgender* dapat saja mengidentifikasi dirinya sebagai seseorang yang identitasnya tidak

sesuai dengan gender laki-laki atau perempuan, melainkan mereka menggabungkan atau bergerak diantara keduanya (Lestari & Sefitri, 2016 : 38).

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa toleransi *transgender* adalah suatu sikap atau tingkah laku untuk menghargai serta memperbolehkan atas keberadaan *transgender* (seseorang dengan penyimpangan identitas) sebagai pengakuan hak-hak asasi manusia.

Jovi Adhiguna Hunter adalah seorang *fashion stylist* sekaligus YouTuber (*lifestyle vlogger*) yang sukses dalam hal *fashion* dan *beauty* yang sedang digandrungi oleh penonton YouTube. Selain itu, Jovi mengundang kontroversi karena dia adalah androgini Menurut sosiolog Irwan Hidayana, ketika seseorang menampilkan karakter maskulin dan feminin sekaligus secara seimbang, maka ia bisa disebut dengan androgini. Tidak hanya dipergunakan untuk mendeskripsikan perempuan yang gaya busana dan kepribadiannya mendekati laki-laki, tetapi istilah ini juga dapat dipakai bagi para laki-laki yang bergaya sebagai perempuan, namun tetap berkepribadian laki-laki (Gabrielle, Ido & Fanny, 2017).

Jovi merupakan salah satu *public figure* aktivis Isu Sosial Pro LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, *Transgender*), Jovi berusaha membuat *image* bahwa dirinya pro LGBT. Jovi dalam *channel* YouTube-nya, beberapa kali membahas tentang LGBT maupun waria. Dalam video “*Story Time With Jovi: Berantem Sama Satpam!!!!!!*” pada tanggal 25

November 2015, Jovi menjelaskan bahwa waria memiliki hak yang sama dengan orang lain, dengan laki-laki maupun perempuan. Menurut Gabrielle, Ido & Fanny pada penelitian terdahulu, Jovi berpendapat bahwa waria diperbolehkan untuk ke tempat umum dan ia sangat marah dengan adanya diskriminasi terhadap *transgender* :

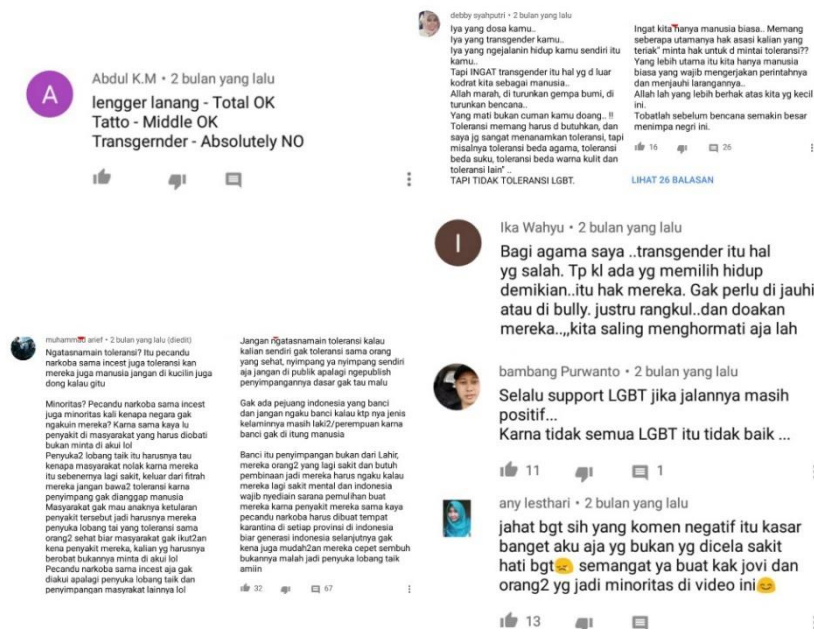
“Kedua, walaupun memang aku seorang waria, *why can't I going to that place? Why? They buy their own drinks*, masuknya pun mereka bayar sendiri. *I just can't. And seriously this thing had got to stop*. Banyak waria di luar sana yang hidupnya sudah susah, belum lagi dealing sama cibiran orang-orang. Masak untuk masuk ke tempat seperti ini aja harus ada masalah seperti ini? Aku ngga cuman ngomong buat waria aja. Tapi orang-orang yang berpenampilannya aneh seperti aku. Aku pun sudah tahu hal itu menjadi resiko. Tapi, hal seperti ini tidak wajar karena itu human rights, hak manusia” (dalam channel YouTube Jovi, *Story Time With Jovi: Berantem Sama Satpam!!!!*, 2015).

Menurut Gabrielle, Ido & Fanny dalam penelitian terdahulu, Jovi menggambarkan seolah banyak orang memandang waria dengan sebelah mata, sementara dia membuat sebuah gebrakan untuk adanya kesetaraan hak bagi manusia, salah satunya adalah *transgender*. Ia menempatkan diri sebagai tokoh yang berjuang untuk membuat opini orang berubah terhadap kaum di tengah masyarakat yang merasa *transgender* adalah hal yang tabu dan yang menolak kehadiran *transgender* hadir di tempat umum.

Dilihat dari pengikut akun YouTube Jovi Adhiguna Hunter yang telah diikuti sebanyak 206 ribu akun per tanggal 5 desember 2018, hal ini membuktikan bahwa banyak masyarakat indonesia yang menonton

konten-konten video akun Youtube Jovi Adhiguna Hunter. Video ini telah ditonton lebih dari 311 ribu kali dan di komentari sebanyak 2 ribu 2 ratus komentar per tanggal 5 desember 2018.

Dalam video yang berjudul “3 Minoritas” Jovi menggambarkan keadaan *transgender* yang berbeda dari pandangan masyarakat pada umumnya. Fakta menunjukkan bahwa bagian terbesar dari para *transgender* memiliki pekerjaan yang sangat erat kaitannya dengan dunia malam. Meskipun tak jarang yang bekerja di salon kecantikan, pembantu rumah tangga, berdagang, atau pekerjaan-pekerjaan lain, namun dunia malam dan pelacuran tetap sulit mereka tinggalkan begitu saja (Atmojo, 1987 : 25-26) dalam (Koeswinarno, 2004 : 2). Hal tersebut yang menjadi salah satu faktor penolakan dan rendahnya toleransi masyarakat terhadap para *transgender*. Namun, dalam video tersebut menunjukkan bahwa *transgender* dapat sukses berprestasi serta diterima oleh beberapa orang disekitarnya. Jovi, menghadirkan sosok Dena Rachman sebagai gambaran seorang *transgender* yang sukses dan berprestasi sebagai *Artist*. *Entrepreuner* dan memiliki *brand* sepatu yakni “Drama”. Selain itu dalam video tersebut Jovi mengungkapkan kalimat-kalimat ajakan dukungan dan toleransi terhadap kaum *transgender*. Hal ini menimbulkan pro dan kontra di antara pengguna media sosial YouTube Indonesia yang telah menonton tayangan ini.



**Gambar 2. Komentar Pro dan Kontra Terhadap Toleransi Transgender Pada Video “3 Minoritas”
Sumber : Akun YouTube Jovi Adhiguna Hunter**

Komunikasi yang baik adalah dimana komunikan ingin menyampaikan suatu pesan kepada penerima pesan dan mengharapkan respon yang positif dari penerima pesan, akan tetapi khalayak sebagai penerima pesan bukanlah penonton pasif yang hanya menerima pesan secara langsung, khalayak memposisikan dirinya sebagai khalayak aktif, yaitu penonton atau khalayak yang tidak dianggap sebagai penonton yang secara mentah-mentah menerima dan memaknai serta memiliki pandangan yang sama seperti apa yang dibentuk oleh tayangan tersebut (Mc Quail, 1997:19)

Asumsi dasar dari *Reception Analysis* adalah konsep khalayak aktif. Khalayak aktif adalah khalayak yang mampu memproduksi dan mereproduksi makna dari suatu teks media yang dilihat. Dalam melihat khalayak aktif, Stuart Hall mengemukakan tiga kode dari khalayak dalam memaknai isi media, yakni *dominant-hegemonic position*, dimana

khalayak menerima makna yang dikehendaki oleh media. Selanjutnya adalah *negotiated code*, yakni khalayak memaknai pesan secara abstrak namun membuat aturannya dan adaptasinya sendiri-sendiri berdasarkan situasi tertentu. Yang terakhir yakni *oppositional code*, dimana khalayak memahami *encoding* (penulisan kode) yang lebih disukai namun menolaknya dan men-*decode* (memecahkan kode) dengan cara sebaliknya (Barker, 2006:284).

Surabaya sendiri menjadi saksi pergerakan pro LGBT di Indonesia, pada 1 Agustus 1987, GAYa Nusantara (GN) berdiri di Surabaya. Penulisan GAYa sengaja ditulis berbeda, untuk menunjukkan identitas “gay”. Tujuan pendirian GN tak jauh-jauh dari Lambda Indonesia pendahulunya yang telah dibubarkan pada tahun 1986. Selain memperjuangkan hak-hak LGBTIQ, organisasi ini juga sebagai wadah untuk para LGBTIQ berkomunikasi dan menjalin pertemanan. Setelah Lambda Indonesia bubar di tahun 1986, GAYa Nusantara mulai menjadi pelopor pergerakan LGBTIQ, tak hanya di Surabaya tapi juga di kota lain. Nama GAYa menjadi inspirasi untuk nama organisasi serupa. Ada GAYa Betawi di Jakarta, GAYa Priangan di Bandung, GAYa Delta di Sidoarjo, ada juga GAYa Celebes di Makassar (suarakita.org). GN terus berkembang dan tetap eksis sampai saat ini, hal ini dapat diketahui dari website resmi GN yakni gayanusantara.co.id dan sosial media GAYa Nusantara.

Purba Widnyana, Volunteer Communication and Social Media GAYa Nusantara, mengatakan sesuai dengan jangkauan program HIV/AIDS dari pemerintah, pada tahun 2016 ada sekitar 6.000 kaum LGBT di Surabaya. Di Surabaya kaum LGBT sendiri sudah menyebar ke berbagai kalangan. Mulai dari kaum awam, pelajar, profesional muda, eksekutif muda, kalangan entertainment, pekerja kantoran, aparat keamanan hingga anggota legislatif. Adapun untuk profesi kaum *transgender*, mereka cenderung lebih memilih berkecimpung di bisnis salon, termasuk kursus aerobik dan tari, persewaan pakaian, hiburan serta pekerja seksual. (jawapos.com)

Sedangkan Surabaya juga menjadi kota yang beberapa masyarakatnya menolak toleransi terhadap keberadaan kaum LGBT. Pada 3 Maret 2018 sejumlah organisasi dakwah Surabaya dan masyarakat umum menggelar deklarasi Gerakan Anti LGBT di Masjid Al-Fallah Darmo. Deklarasi ini dihadiri Muhammad Yunus Sekretaris MUI Jatim, Retno Soebagio Ketua Aliansi Cinta Keluarga (AILA), dan Euis Sunarti Guru Besar IPB. Muhammad Yunus Sekretaris MUI Jatim mengatakan fenomena LGBT merupakan perilaku yang bertentangan dengan norma-norma konstitusi dan bentuk ancaman bagi generasi bangsa. Untuk itu, lanjut Yunus, gerakan ini perlu dilakukan agar keberadaan LGBT tidak menyebar di masyarakat (suarasurabaya.net).

Tak hanya itu pada 18 Oktober 2018 DPW Front Pembela Islam (FPI) Surabaya bersama Konsolidasi Mahasiswa Pemuda Indonesia

(KOMPI) dan organisasi lain yang tergabung dalam Aliansi Surabaya Tolak LGBT melakukan demo di depan Gedung Grahadi, mrngkritisis pemerintah untuk segera memberantas LGBT (jatim. tribunnews.com).

Sikap kontra di masyarakat khususnya Surabaya tergolong relatif tinggi tidak hanya pada golongan aktivis organisasi islam namun juga mahasiswa terhadap toleransi *transgender*. Hal ini membuat peneliti menetapkan Surabaya sebagai lokasi penelitian dan masyarakat Surabaya khususnya mahasiswa (perguruan tinggi islam dan perguruan tinggi umum) sebagai informan untuk mendapatkan data guna mengetahui bagaimana penerimaan terhadap toleransi *transgender* dalam video dengan judul “3 Minoritas” pada akun YouTube Jovi Adhiguna Hunter sebagai salah satu bagian dari YouTube *Creators for Change Program* 2018.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana penerimaan mahasiswa Surabaya terhadap toleransi *transgender* dalam video dengan judul “3 Minoritas” pada akun YouTube Jovi Adhiguna?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana penerimaan mahasiswa Surabaya terhadap toleransi *transgender* dalam video dengan judul “3 Minoritas” pada akun YouTube Jovi Adhiguna Hunter.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terdapat dua jenis yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Akademis

Penelitian diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang keilmuan ilmu komunikasi, khususnya mengenai analisis resepsi pada khalayak. Manfaat yang akan diperoleh yakni untuk mengetahui bahwa tidak semua pemaknaan khalayak dapat menghasilkan makna dan interpretasi yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat saat melakukan pemaknaan terhadap teks media, serta diharapkan dari penelitian ini masyarakat mampu lebih bijak dalam menyikapi isu sosial yang terkandung dalam pesan teks media, terutama media sosial YouTube.