

SKRIPSI

**RESEPSI *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @HUMANEMAGAZINE
MENGENAI KONTEN KAMPANYE LGBTQ+
DI INDONESIA**



ALESSANDRA ANDRIANNA CRISTIE

17 09 06469 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Resepsi Followers Akun Instagram @Humanemagazine Mengenai Konten
Kampanye LGBTQ+ Di Indonesia

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

ALESSANDRA ANDRIANNA CRISTIE

170906469

disetujui oleh :



Yohanes Widodo, S.Sos., M.Sc.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Resepsi Followers Akun Instagram @Humanemagazine
Mengenai Konten Kampanye LGBTQ+ Di Indonesia

Penyusun : Alessandra Andrianna Cristie

NPM 170906469

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 26 Juli 2022

Pukul : 11:00 WIB

Tempat : Zoom Meeting

TIM PENGUJI

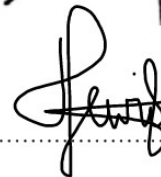
R.A. Vita N.P. Astuti, S.Pd, M.Hum, Ph.D
Penguji Utama



Yohanes Widodo, S.Sos., M.Sc.
Penguji I



Olivia Lewi Pramesti, M.A.
Penguji II



.....
Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., MA.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alessandra Andrianna Cristie

NPM : 170906469

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Resepsi *Followers* Pada Akun Instagram
@Humanemagazine Mengenai Konten Kampanye LGBTQ+ Di Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Batam, 7 Juli 2022

Saya yang menyatakan,



Alessandra AC

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena berkatNya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Analisis Resepsi *Followers* Pada Akun Instagram @Humanemagazine Mengenai Konten Kampanye LGBTQ+ Di Indonesia”. Skripsi tersebut dibuat oleh peneliti untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti menghadapi banyak tantangan dan hambatan. Namun dibalik hal tersebut peneliti memperoleh banyak bimbingan, dukungan serta motivasi dari berbagai pihak yang turut membantu peneliti. Maka pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberi pengharapan dan menyertai peneliti dalam setiap langkah yang diambil peneliti khususnya dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya yang selalu mendoakan, mendukung serta mengingatkan saya untuk menyelesaikan skripsi.
3. Oma, Opa dan Amah saya yang selalu mendoakan kesuksesan dan keberhasilan saya dalam apapun yang saya kerjakan hingga detik ini.
4. Bapak Yohanes Widodo (Masboi) selaku dosen pembimbing yang selalu membantu mengarahkan dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi selama 3 semester ini.
5. Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UAJY yang telah memberikan ilmu kepada saya sebagai bekal untuk kedepannya. Terkhusus untuk Ibu Rifka yang selalu menyemangati dan mengarahkan peneliti dalam perkuliahan sejak 2017.
6. Kedua adik penulis Hizkia dan Kenzo yang selalu menyemangati, menemani dan menghibur penulis.
7. Natasha Debora Kijil yang senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis sejak lahir hingga detik ini serta membantu peneliti dalam menambah halaman pada skripsi.

8. Momonica dan Oyinta terimakasih atas kerecehan, kerandoman, kalian since 2017-forever.
9. Aliya Dewintha Putri dan Natalia Widyaningrum yang telah menjadi bestie se-kos peneliti sejak awal pindah ke Yogyakarta.
10. Penghuni Wisma Green 2017-2020, nat, ale, syeva, nisa, dkk.
11. Minki Cristie cutie lil puppy.
12. Teman-Teman Ilkom 17, Gea, Okty, Mia, Nisa, Rama, Dinda, Reynold, dkk
13. Teman-teman HMPS KOM 2018-2020 (Sofi, Tinita, Elep, Ferdy, Bunga, Feli, Bray, Geboy)
14. Anak-anak FISIP basket dari 2017-2020
15. GOT7, iKON ot7, WayV, SuJu, EXO, Choi Woo Shik, Park Bo Gum, dan semua bias serta oppa-oppa yang menghibur peneliti lewat variety show, drama dan berbagai lagu.
16. Narasumber yang telah membantu peneliti dalam melengkapi data-data penelitian.

Demikian ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada pihak yang turut membantu peneliti pada saat penyusunan skripsi. Terima kasih juga pada pihak lain yang tidak disebutkan yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan masa studi.

Peneliti,

Alessandra Andrianna Cristie

ALESSANDRA ANDRIANNA CRISTIE

170906469/KOM

**RESEPSI *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM @HUMANEMAGAZINE
MENGENAI KONTEN KAMPANYE LGBTQ+
DI INDONESIA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan melihat resepsi pembaca mengenai konten LGBTQ+ di akun media sosial Instagram @humanemagazine. LGBTQ+ adalah singkatan dari *Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer+* yang merupakan kelompok minoritas yang sering mengalami diskriminasi di Indonesia. Hadirnya media sosial seperti Instagram juga menjadi salah satu sarana untuk mengungkapkan pendapat satunya adalah akun Instagram @humanemagazine yang menyuarakan berbagai hal terkait keresahan yang dialami oleh kelompok LGBTQ+ di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi dan menggunakan teori *encoding-decoding* Stuart Hall. Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai 11 narasumber yang terbagi menjadi dua kelompok, kelompok pengirim pesan yang terdiri dari satu orang dan kelompok penerima pesan terdiri dari 10 orang yang merupakan pengikut atau *followers* dari akun instagram @humanemagazine. Penelitian ini menunjukkan bahwa konten instagram @humanemagazine mengandung konten kampanye yang menyuarakan hak-hak LGBTQ+ berdasarkan resepsi dari lima narasumber di posisi dominan-hegemonis dan empat narasumber yang berada di posisi negosiasi. Sementara itu, satu narasumber di posisi oposisional melihat konten-konten @humanemagazine terlihat terlalu vulgar dan tidak menyetujui adanya LGBTQ+. Resepsi narasumber penerima pesan dalam penelitian ini disebabkan oleh faktor *frameworks of knowledge, relations of production* dan *technical infrastructure*.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, LGBTQ+, Konten Instagram, Humanemagazine

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------|-----|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | ix |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. LATAR BELAKANG MASALAH..... | 1 |
| B. RUMUSAN MASALAH | 12 |
| C. TUJUAN PENELITIAN | 12 |
| D. MANFAAT PENELITIAN..... | 12 |
| E. KERANGKA TEORI..... | 13 |
| 1. Teori Encoding-Decoding | 13 |
| 2. LGBTQ+..... | 23 |
| 3. Media Baru | 30 |
| F. METODOLOGI PENELITIAN | 34 |
| 1. Jenis Penelitian | 34 |
| 2. Metode Penelitian | 35 |
| 3. Objek Penelitian | 36 |
| 4. Subjek Penelitian | 36 |
| 5. Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| 6. Teknik Analisis Data..... | 40 |
| 7. Pengujian Keabsahan Data | 43 |
| BAB II..... | 45 |
| DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN..... | 45 |
| A. LGBTQ+ | 45 |
| B. LGBT DI MEDIA | 46 |
| C. HUMANEMAGAZINE | 49 |
| D. Profile Narasumber..... | 64 |
| BAB III | 69 |

| | |
|---|-----|
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 69 |
| A. Temuan Data | 69 |
| 1. Pandangan Narasumber Mengenai LGBTQ+ (Frameworks of Knowledge)..... | 70 |
| 2. Pandangan keluarga mengenai LGBTQ+ (Relations of Production) .. | 76 |
| 3. Pandangan lingkungan sosial mengenai LGBTQ+ (Relations of Production)..... | 80 |
| 4. Pengalaman sosial dengan kelompok LGBTQ+ membantu narasumber penerima pesan dalam memahami LGBTQ+ dalam meresepsi pemberitaan (Relation of Production) | 86 |
| 5. Pandangan agama atau kepercayaan pengirim dan penerima pesan terhadap LGBTQ+ | 91 |
| 6. Pengaruh interaksi langsung dengan tokoh LGBTQ+. (Relations of Production)..... | 97 |
| 7. Interaksi yang dibangun oleh pengirim pesan (Relations of Production) | 99 |
| 8. Proses pembuatan konten (Technical Infrastructure) | 100 |
| 9. Makna yang dibangun oleh penerima pesan dan resepsi <i>followers</i> ... | 101 |
| 10. Media yang Digunakan Pengirim dan Penerima Pesan Konten Instagram @humanemagazine | 105 |
| 11. Unsur Audio, Visual, dan Isi Konten yang Digunakan pada Konten-Konten Instagram @Humanemagazine | 107 |
| 12. Posisi Dominan-Hegemonis | 116 |
| 13. Posisi Negosiasi..... | 131 |
| 14. Posisi Oposisi | 145 |
| B. ANALISIS ISI..... | 155 |
| 1. Frameworks of Knowledge | 156 |
| 2. Relation of Production..... | 169 |
| 3. Technical Infrastructure..... | 179 |
| 4. Resepsi Pesan | 190 |
| 5. LGBTQ+ dari perspektif Agama | 206 |
| 6. Humanemagazine sebagai Media Baru | 213 |
| BAB IV | 216 |
| PENUTUP | 216 |
| A. KESIMPULAN | 216 |
| B. SARAN | 218 |

| | |
|---------------------|-----|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 220 |
| LAMPIRAN..... | 225 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------|----|
| Gambar 1.1..... | 2 |
| Gambar 1.2..... | 7 |
| Gambar 1.3..... | 17 |
| Gambar 2.1..... | 48 |
| Gambar 3.1..... | 52 |
| Gambar 3.2..... | 52 |
| Gambar 3.3..... | 53 |
| Gambar 3.4..... | 53 |
| Gambar 3.5..... | 54 |
| Gambar 3.6..... | 54 |
| Gambar 3.7..... | 55 |
| Gambar 3.8..... | 55 |
| Gambar 3.9..... | 58 |
| Gambar 3.10..... | 60 |
| Gambar 3.11..... | 62 |
| Gambar 3.12..... | 63 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------|-----|
| Tabel 1.1..... | 4 |
| Tabel 1.2..... | 38 |
| Tabel 2.1..... | 56 |
| Tabel 3.1..... | 75 |
| Tabel 3.2..... | 85 |
| Tabel 3.3..... | 90 |
| Tabel 3.4..... | 96 |
| Tabel 3.5..... | 105 |
| Tabel 3.6..... | 106 |
| Tabel 3.7..... | 108 |
| Tabel 3.8..... | 115 |
| Tabel 3.9..... | 127 |
| Tabel 3.10..... | 141 |
| Tabel 3.11..... | 147 |
| Tabel 3.12..... | 149 |