

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

2.1 Media dan LGBTQ di Indonesia

Media pada saat ini sudah berkembang sangat jauh hingga memasuki era digitalisasi. Banyak media massa konvensional yang saat ini sudah melebarkan sayapnya hingga ke ranah media *online*, baik portal web maupun melalui media sosial. Selain media massa konvensional, banyak bermunculan media-media baru yang berbasis *online* dan masih banyak media-media online tersebut yang tak mendaftarkan dirinya ke badan pers sehingga media tersebut bisa disebut sebagai *homeless* media. Hal ini membuat media-media tersebut tidak bisa dikatakan sebagai media yang kompeten dan tidak bisa dipertanggung jawabkan informasi yang disebarakan karena media tersebut tidak diakui dan tidak bisa dikontrol oleh badan pers.

Homeless media juga sering disebut sebagai media alternatif yang memiliki konten-konten yang dikhususkan untuk topik-topik tertentu atau untuk audiens tertentu saja. Media-media tersebut tentunya sangat lantang memberitakan perihal apa yang sedang terjadi yang berkaitan dengan visi misi mereka, sehingga terdapat konten-konten yang tidak bisa tayang pada media konvensional, namun pada media alternatif tersebut merupakan hal yang wajar untuk ditayangkan.

Hal tersebut juga terjadi pada pemberitaan tentang LGBTQ di Indonesia. Media massa sangat berhati-hati untuk memberitakan isu ini karena hal tersebut merupakan hal yang tabu dan sensitif. Selain itu, kaum LGBTQ sendiri tidak diakui di Indonesia yang membuat pemberitaan tentang LGBTQ ini semakin susah untuk diberitakan oleh media-media massa.

Namun, lain ceritanya jika melihat media alternatif yang berfokus pada pemberitaan LGBTQ. Mereka tidak akan berpikir dua kali untuk memberitakan LGBTQ.

Isu LGBTQ ini menjadi hal yang sensitif karena keberadaanya tidak diakui di Indonesia, sehingga media massa yang ingin memberitakan isu ini menjadi sangat selektif dan kuantitas konten berita mengenai LGBTQ oleh media massa konvensional cenderung minim ketimbang isu-isu yang lain. Hal ini juga dikarenakan tidak ada pedoman pasti mengenai penulisan pemberitaan tentang LGBTQ yang resmi di Indonesia, sehingga terdapat beberapa kesalahan yang mendasar hingga kesalahan yang fatal ketika ada media yang memberitakan isu LGBTQ ini. Selain beberapa kesalahan yang dilakukan oleh media massa dalam pemberitaan LGBTQ, media massa sendiri juga memiliki peranan membuat stigma negatif terhadap LGBTQ.

Moral Panics on LGBT Issues: Evidence from Indonesian TV Programme (2019) meneliti tentang isu LGBTQ yang diangkat oleh media TV (TV One) dalam program TV *Indonesia Lawyers Club* (ILC). Pada penelitian tersebut, ditemukan bahwa narasumber-narasumber yang diundang memberikan pernyataan-pernyataan yang dinilai melakukan tindakan anti-LGBTQ dan homophobia. Padahal dalam program TV tersebut juga mengundang seorang psikiater yang memberikan informasi-informasi yang berhubungan dengan dunia medis, namun oleh narasumber yang lainnya malah dituduh memberikan informasi palsu. Secara tidak langsung, media yang menayangkan program TV tersebut juga mempromosikan tindakan tersebut, yang artinya media tersebut memiliki peran untuk membuat stigma negatif terhadap LGBTQ.

Sudut Pandang Media Online Kompas.com dalam Pemberitaan Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender di Indonesia (2022) juga meneliti pemberitaan yang dilakukan oleh media online di Indonesia, yaitu Kompas.com mengenai isu LGBTQ. Hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa Kompas.com memberikan sudut pandang bahwa LGBTQ

merupakan hal yang negatif, sehingga menimbulkan masalah seperti pendeportasian, kekerasan seksual, pemecatan. Hal tersebut ditunjukkan dari beberapa artikel yang diterbitkan oleh kompas.com.

Penelitian yang telah dilampirkan diatas memberikan sedikit gambaran bahwa media di Indonesia memberikan framing atau pembingkaiian yang negatif kepada kaum LGBTQ di Indonesia yang mengakibatkan dampak yang negatif juga. Padahal sejatinya media adalah pihak yang netral untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat dengan memberika bobot informasi yang proposional terhadap pihak-pihak yang terkait dalam pemberitaan, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan atas pemberitaan yang telah dibuat oleh media.

2.2 Objek Penelitian dan Pemberitaan LGBTQ di Indonesia

Objek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah pemberitaan mengenai atlet yang berpindah identitas seksual, atlet tersebut bernama Aprilia Manganang. Penelitian ini melihat dari sudut pandang pembingkaiian yang diberikan oleh media *online* di Indonesia dan ingin melihat apakah media *online* tersebut melakukan pelanggaran etika jurnalistik atau tidak.

Artikel berita yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 10 (sepuluh) artikel berita yang berasal dari 3 (tiga) media *online* yang ada di Indonesia, media *online* yang menjadi sumber artikel berita yang digunakan adalah sebagai berikut;

2.2.1 Tribunnews.com

Tribunnews.com merupakan portal berita *online* di Indonesia yang dikelola oleh PT Tribun Digital *Online*. Tribunnews sendiri memiliki jaringan yang tersebar di seluruh Indonesia bernama Tribun *Network*. Jaringan Tribun *Network* didukung oleh lebih dari 1.500 wartawan yang mengusung nilai-nilai lokal dari 34 provinsi atau bisa disebut dengan *hyperlocal journalism*. Tribunnews didukung oleh komunitas online dengan sebutan *Tribunners* yang berada di seluruh penjuru Indonesia untuk mendapatkan informasi terbaru hingga ke daerah terpencil.

Sebagai media online di Indonesia, Tribunnews.com diperkuat dengan tagar atau *tagline* Mata Lokal Menjangkau Indonesia. Tribunnews mengusung misi *Hyperlocal* yang berakar dari keyakinan bahwa setiap dari kita adalah warga lokal yang memiliki tanggung jawab untuk melestarikan nilai dan perspektif lokal daerah ke seluruh Indonesia.

2.2.2 Okezone.com

Okezone.com merupakan portal *online* berita dan hiburan yang berfokus pada pembaca Indonesia baik yang berada di tanah air maupun yang tinggal di luar negeri. Okezone.com memiliki beragam konten seperti berita umum, politik, peristiwa, internasional, ekonomi, lifestyle, selebriti, sports, bola, auto, teknologi, Travel, Food, Haji, dan Muslim. Okezone.com resmi diluncurkan (Commercial Launch) sebagai portal berita pada 1 Maret 2007. Lahirnya Okezone.com menjadi cikal-bakal bisnis online pertama milik PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC).

PT MNC Tbk juga memiliki dan mengelola bisnis media TV (RCTI, MNCTV, GTV, dan iNewsTV), media cetak (Koran Seputar Indonesia, Sindo Weekly, Highend, Just For Kids, Highend Teen, Network!). Kemudian media radio (MNC Trijaya FM, Global Radio, Radio RDI, V Radio). Selain media massa, PT MNC Tbk juga memiliki deretan bisnis di berbagai sektor.

2.2.3 CNNIndonesia.com

CNN Digital merupakan salah satu media informasi *online* terbesar di dunia yang memiliki jangkauan yang sangat luas hingga di seluruh penjuru dunia dan memiliki hampir 4000 jurnalis. Pada tahun 2015, jaringan CNN Digital tiba di Indonesia dengan pemilik lisensi resmi oleh PT Trans News Corpora dan pada tahun itu pertama kali saluran televisi milik PT Trans News Corpora menyiarkan CNN Indonesia. Cnnindonesia.com sendiri merupakan sebuah situs media *online* yang berada di bawah nanungan PT Trans News Corpora. saluran CNN Indonesia menyajikan konten lokal dan internasional, dengan fokus pada berita umum, bisnis, olahraga, teknologi dan hiburan. Situs *online* CNN Indonesia sendiri diluncurkan secara resmi pada tahun 2014.