



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Peran YouTube sebagai *New Media* dalam Konstruksi Realitas Sosial mengenai Orientasi seksual di Jakarta dan Bangkok

Terakreditasi A

SK BAN PT No. 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Skripsi

Oleh

Alifah Vania Subrata

2013330153

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Peran YouTube sebagai *New Media* dalam Konstruksi Realitas Sosial mengenai Orientasi Seksual di Jakarta dan Bangkok

Terakreditasi A

SK BAN PT No. 451/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

Skripsi

Oleh

Alifah Vania Subrata

2013330153

Pembimbing

Elisabeth A. Satya Dewi, Ph.D.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Alifah Vania Subrata
Nomor Pokok : 2013330153
Judul : Peran YouTube sebagai *New Media* dalam Konstruksi Realitas Sosial mengenai Orientasi Seksual di Jakarta dan Bangkok.

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 18 Juli 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Sapta Dwikardana, Ph.D.

: 

Sekretaris

Elisabeth A. Satya Dewi Ph.D.

: 

Anggota

Sylvia Yazid, MPPM., Ph.D.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

ABSTRAK

Nama : Alifah Vania Subrata
NPM : 2013330153
Judul : **Peran YouTube sebagai *New Media* dalam
Konstruksi Realitas Sosial mengenai Orientasi Seksual di Jakarta dan Bangkok.**

New Media sudah menjadi alat yang digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia dalam kegiatan sehari-hari. Teknologi informasi dan komunikasi yang disediakan oleh *New Media* sangat mudah dan menarik untuk digunakan. Salah satu hasil dari kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi dalam dunia media adalah YouTube, berperan sebagai *platform New Media* yang menyajikan berbagai macam konten video di dalamnya yang dapat membentuk pikiran dan pendapat masyarakat. Kebebasan dalam mengunggah konten video ke situs *YouTube* membuat masyarakat menggunakannya untuk berbagai tujuan, salah satunya adalah untuk mengunggah konten video bertema orientasi seksual.

Isu orientasi seksual atau yang biasa disebut dengan Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender dan Transeksual serta *Queer + (Questioning)* disingkat LGBTQ masih sangat tabu untuk dibahas dan tidak sering muncul di dalam media terlebih lagi dipertontonkan. Namun karena kebebasan dalam mengunggah konten yang disediakan oleh YouTube, tema LGBTQ menjadi lebih banyak ditemukan. Ditambah lagi posisi YouTube yang mendukung LGBTQ. Media dianggap dapat membantu untuk mengkonstruksi realitas sosial, dengan luasnya lingkup penonton dari YouTube, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana peran YouTube sebagai *platform New Media* dapat mengkonstruksi realitas sosial mengenai orientasi seksual di dua negara perbandingan, yang memiliki angka terbesar dalam penggunaan YouTube di Asia Tenggara, yaitu Indonesia dan Thailand, lebih spesifik kedua ibukota di Jakarta dan Bangkok. Oleh karena itu teori konstruktivisme milik Berger dan Luckmann yang lebih berfokus kepada konstruksi realitas sosial digunakan oleh penulis dalam mengkaji peran YouTube dalam melakukan konstruksi realitas sosial mengenai orientasi seksual, melalui;

Konten video bertema LGBTQ didalam YouTube, YouTube *Partners*, *Online Influencers*, kampanye *#ProudtoLove*, komunitas YouTube, *engagement*, *Creator for Change* dan juga YouTube *Creator*.

Kata Kunci: YouTube, *New Media*, LGBTQ, orientasi seksual, konstruksi realitas, Indonesia, Thailand

ABSTRACT

Name : Alifah Vania Subrata
Student Number : 2013330153
Title : ***YouTube's Role as New Media Regarding Reality
Construction of Sexual Orientation in Jakarta and Bangkok.***

New media has become a tool used by people around the world in their daily activities. The information and communication technology provided by the new media is very easy and interesting to use. One result of the advancement of technology, information and communication in the media world is YouTube, a new media platform that presents a wide range of video content in it and could help which can shape the mind and public opinion. Freedom of expression on uploading video content to a YouTube site lets people use it for a variety of purposes, one of which is to upload video with sexual orientation-themed.

The issue of sexual orientation or commonly referred to as Lesbian, Gay, Transgender and Transsexual, Queer + (Questioning) or LGBTQ still very taboo to be discussed and does not often appear in the media let alone on videos. Because of the freedom to upload content provided by YouTube, LGBTQ themes are becoming more common to publish. Plus the YouTube position that supports LGBTQ.

The media is thought to help to construct social reality, with the broad spectrum of viewers from YouTube, this study aims to analyze how the role of a new media platform called YouTube can construct the social reality of sexual orientation in the two comparison states, which has the greatest number in YouTube usage in Southeast Asia, namely Indonesia and Thailand, more specifically the two capitals in Jakarta and Bangkok. Therefore, Berger and Luckmann's constructivism theory which focuses more on social reality construction is used by the authors in reviewing the role of YouTube as a new media platform in constructing social reality about sexual orientation through;

Video with LGBTQ content within YouTube, YouTube Partners, Online Influencers, #ProudtoLove campaigns, the YouTube community, Engagement, Creator for Change and also YouTube Creators.

Keywords: YouTube, new media, LGBTQ, sexual orientation, reality construction, Indonesia, Thailand

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kehendaknya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Peran YouTube sebagai *New Media* dalam Konstruksi Realitas sosial mengenai Orientasi seksual di Jakarta dan Bangkok”**. Penelitian ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana peran YouTube sebagai *New Media* dengan kemampuan untuk menjangkau massa konstruksi yang luas dapat membantu mekonstruksi realitas orientasi seksual di dua negara di Asia Tenggara yaitu Indonesia (Jakarta) dan Thailand (Bangkok) dalam proses penyusunan penelitian ini, tidak sedikit hambatan yang dihadapi oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada Elisabeth Dewi, PH.D, selaku dosen yang tidak hanya menjadi inspirasi besar penulis selama penulis berada di fakultas, namun juga menjadi dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan banyak masukan bagi penulis selama penyusunan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan terdapat kekurangan yang diakibatkan oleh adanya keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan waktu yang dimiliki. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran sebagai masukan yang dapat membantu melengkapi dan memperbaiki skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan berkontribusi dalam studi Hubungan Internasional.

Bandung, 12 Juli 2018



Alifah Vania Subrata

UCAPAN TERIMAKASIH

Allah SWT

Irwan Gatot Subrata

Ratu Zuharningsih

Alifah Dania Subrata

Sofia Karina Subrata

Sofia Alma Subrata

Enin dan Aki

Bibi dan Om

Elisabeth A Satya Dewi Ph.D.

Yosie Kristianti

Vicky Qinthara

Nabilla Tamariyani

Vanya Qinthara

Rachmah Rasydihutami

Octria Ichigo Kawengian

James Evan Tumbuan

Rizal Rachman

others ~

You know who you are, and you know what you've done! Thank you!

I finally did it!

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR FIGUR	vii
DAFTAR GRAFIK	vii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR SIINGKATAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan dan Perumusan Masalah.....	14
1.3.1 Pembatasan Masalah.....	14
1.3.2 Perumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	17
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	17
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	17
1.5 Kajian Literatur.....	17
1.6 Kerangka Pemikiran.....	20
1.7 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	28

1.7.1	Metode Penelitian.....	28
1.7.2	Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.8	Sistematika Pembahasan.....	29
BAB II KEBERADAAN ORIENTASI SEKSUAL DAN YOUTUBE DI INDONESIA DAN THAILAND.....		31
2.1	Orientasi seksual di Indonesia.....	32
2.1.1	Orientasi seksual di Jakarta.....	38
2.2	Orientasi seksual di Thailand.....	42
2.2.1	Orientasi seksual di Bangkok.....	46
2.3	YouTube di Indonesia.....	49
2.4	YouTube di Thailand.....	52
BAB III KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL MENGENAI ORIENTASI SEKSUAL OLEH YOUTUBE DI JAKARTA DAN BANGKOK.....		56
3.1	Orientasi Seksual di YouTube Indonesia.....	57
3.2	Orientasi Seksual di YouTube Thailand.....	59
3.3	Konstruksi Realitas Sosial mengenai Orientasi Seksual oleh YouTube.....	62
3.3.1	Orientasi Seksual sebagai hasil dari Konstruksi Realitas Sosial.....	62
3.4	Peran YouTube.....	64
3.4.1	Tahap pembentukan Konstruksi Realitas oleh YouTube.....	65
3.4.2	<i>YouTube Partners, Kampanye, Creators, Komunitas, Ambassador Creators for Change dan Engagement</i> atau keterlibatan penonton...	70
BAB IV KESIMPULAN.....		76
DAFTAR PUSTAKA.....		79

DAFTAR FIGUR

Figur 1.1: Penyederhanaan secara figuratif dari pandangan ontologis konstruktivis terhadap fenomena sosial.....	24
---	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.2: <i>Platform</i> media sosial paling aktif tahun 2007.....	50
Grafik 2.2: Waktu yang dihabiskan dalam penggunaan internet melalui <i>Smartphone</i>	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Penggunaan YouTube yang kuat di perkotaan dan pedesaan.....	16
Gambar 4.1: Engagement video YouTube.....	74

DAFTAR SINGKATAN

BBC	:	<i>British Broadcasting Cooperation</i>
CEO	:	<i>Chief Executive Operation</i>
DOLAR AS	:	Dollar Amerika Serikat
FKWI	:	Forum Komunikasi Waria Indonesia
HAM	:	Hak Asasi Manusia
HI	:	Hubungan Internasional
IPP	:	Institut Pelangi Perempuan
KPAI	:	Komisi Perlindungan Anak Indonesia
LBT	:	Lesbian, Biseksual, Transgender dan Transeksual
LGBT	:	Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender dan Transeksual
LGBTQ	:	Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender dan Transeksual, <i>Queer+ (Questioning)</i>
OHCHR	:	<i>Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights</i>
PSK	:	Pekerja Seks Komersil
SMRC	:	Saiful Mujani <i>Research and Consulting</i>
SOGI	:	<i>Sexual Orientation and Gender Identity</i>
SXSW	:	<i>South by Southwest</i>

TIK	:	Teknologi Informasi dan Komunikasi
UGM	:	Universitas Gajah Mada
UN	:	<i>United Nations</i>
UNDP	:	<i>United Nations Development Programme</i>
UNWOMEN	:	<i>United Nations Women</i>
USAID	:	<i>United States Agency for International Development</i>
UUD	:	Undang – Undang Dasar
VLOG	:	Video Blog
WPBKK	:	<i>White Party Bangkok</i>
YPP	:	<i>YouTube Partner Programme</i>

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Studi Hubungan Internasional telah mengalami banyak perkembangan pada abad ke-21. Lingkup pembahasan hubungan internasional tidaklah sempit yang hanya membahas hanya relasi antar dua negara atau lebih saja. Setelah mengalami perkembangan dengan kemajuan informasi dan teknologi, salah satu bagian dari kemajuan informasi dan teknologi adalah media digital, dimana hal tersebut sudah menjadi pembahasan dalam studi hubungan Internasional. Media digital atau *New Media* sudah masuk menjadi salah satu aktor di dalam hubungan internasional dan di pelajari oleh para pelajar dari generasi Z, yang sudah terbiasa bersentuhan dengan media digital dalam kehidupan sehari-harinya.¹

Individu yang lahir pada tahun 1995 sampai tahun 2000 disebut sebagai generasi – Z dan mereka menyanggah sebutan *i-generation* (generasi internet) yang dapat diartikan sebagai generasi manusia yang mulai menguasai dunia digital.² Generasi Z hidup pada abad 21 dimana revolusi kemajuan teknologi dan informasi sedang berlangsung. Salah satu hasil terbesar dari kemajuan teknologi dan informasi adalah jaringan internet yang menjadi alat komunikasi dan bertukar informasi praktis

¹ Sukawarsini Djelantik, "Komunikasi Internasional Dalam Era Informasi Dan Perubahan Sosial Di Indonesia," Unpar Press, 2016 hlm. 37-38.

² Ibid, hlm 38

yang secara bertahap memajukan perilaku komunikasi sosial masyarakat. Sebuah penelitian menemukan bahwa dalam 10 tahun pertama pada abad 21, jumlah pengguna internet di dunia meningkat dari 350 juta menjadi 2 miliar lebih pengguna.³ Hal tersebut membuktikan bahwa internet menjadi alat komunikasi dan pertukaran informasi yang paling diminati oleh masyarakat dunia. Demi memenuhi kebutuhan informasi dan teknologi audio-visual manusia. Internet dapat diakses menggunakan berbagai macam alat teknologi seperti ponsel pintar (*smartphone*), tablet, laptop, dan komputer.⁴

Jaringan internet membantu penggunanya untuk saling berkomunikasi dan bertukar informasi secara mudah meskipun terdapat penghalang berupa jarak dan waktu yang cukup signifikan antara para pengguna. Dengan adanya kemudahan berkomunikasi dan bertukar informasi tersebut, manusia menjadi bergantung kepada jaringan internet dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Dikarenakan jaringan internet sudah menjadi bagian dari kebiasaan di dalam kehidupan manusia, maka terciptalah budaya baru yang tumbuh dan berkembang dalam jaringan internet atau dunia maya yang dikenal sebagai *cyberculture* atau *internet culture*⁵. Perkembangan dari *cyberculture* didorong oleh para pengguna media digital yang menggunakan koneksi jaringan internet. Media digital dikenal juga sebagai media baru atau lebih

³ Eric Schmidt dan Jared Cohen *The New Digital Age* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014). hlm.12 (terjemahan oleh Selviya Hann)

⁴Admin, "kendalikan semua perangkat dalam genggaman menggunakan IOT(*internet of things*), situs: Pakar (Education you can trust). July 17th 2017 <http://pakar.co.id/2017/07/17/kendalikan-semua-perangkat-dalam-genggaman-menggunakan-iot/> diakses pada 10 Maret 2018, pukul 10.04 WIB

⁵ David Silver *Internet/Cyberculture/ Digital Culture / New Media / fill-in-the-blank Studies*, SAGE publications, London.1 Februari 2004 diakses melalui <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444804039915> diakses pada 20 Maret 2018 pukul 5.22 WIB

dikenal dengan *new media* yang diartikan sebagai alat komunikasi informatif yang lebih baru dibandingkan dengan media massa generasi pertama atau bisa disebut *old media*, yang sebelumnya lebih dikenal oleh mereka yang lahir pada generasi X dan Y. Media massa lama berbentuk seperti televisi, radio, majalah dan koran. Seorang ahli *new media* yang bernama Chris Garret mengatakan "*The term "New Media" describes tools, websites and software that allows people to connect and share.*"⁶ Dapat diartikan bahwa istilah "*New Media*" menggambarkan alat, situs web, dan perangkat lunak yang memungkinkan orang mendapatkan informasi dan berkomunikasi menjadi lebih mudah. *New media* memiliki beberapa bentuk yaitu; situs dan *platform* jejaring *new media* seperti; YouTube dan Instagram, *blog*, *virtual game world*, dan lain-lain. Salah satu contoh *platform New Media* yang paling populer adalah anak perusahaan dari mesin pencari terbesar di dunia maya Google, bernama YouTube.

YouTube adalah salah satu jejaring *new media* yang berisi kumpulan video yang diunggah oleh penggunanya dan dapat ditonton oleh seluruh masyarakat dunia saat mereka terhubung dengan jaringan internet.⁷ Sebelum YouTube muncul ke permukaan sebagai *new media*, masyarakat hanya menggunakan televisi untuk menikmati teknologi audio-visual sebagai sumber informasi dan hiburan. Konten-konten di dalam televisi hanya dapat disediakan oleh stasiun televisi saja sehingga

⁶Chriss garret, Social Media Marketing Roundup, chrig.com, <http://www.chrisg.com/social-media-marketing-roundup/> diakses pada 11 Maret 2018, pukul 10.25 WIB

⁷ Jim Hopkins. 2006. *Surprise! There's a third YouTube co-founder*. Diakses dari http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/2006-10-11-YouTube-karim_x.htm diakses pada 14 Maret 2018, pukul 11.02 WIB

tidak semua masyarakat dapat menyumbangkan konten-konten yang ingin mereka pertunjukkan kepada masyarakat luas. Berbeda dengan YouTube yang memperbolehkan siapapun untuk memiliki akun, selama mereka mengikuti persyaratan penggunaan dapat memiliki akses dan mengunggah kontennya kedalam YouTube.⁸

Kebebasan dalam mengunggah konten kedalam jejaring *New Media* YouTube memperbolehkan penggunanya untuk menikmati konten yang beragam atau tontonan yang beragam. Contoh kebebasan konten yang dapat di unggah kedalam YouTube adalah; kecantikan, sains, berita, gossip, *gaming*, *daily vlog*, musik, tampilan seminar universitas dan lain lain. YouTube memiliki kebijakannya tersendiri mengenai konten yang di dapat ditampilkan, selama konten yang di unggah bersifat positif dan tidak melanggar peraturan pengguna dari YouTube maka tidak memiliki masalah untuk dapat diunggah dan tayang.⁹ Pembahasan – pembahasan yang jarang dibicarakan atau bahkan dianggap tabu untuk dibicarakan secara langsung kini dapat dibahas secara terbuka melalui konten-konten yang terunggah di dalam YouTube. Salah satunya adalah pembicaraan mengenai isu gender atau SOGI (*Sexual Orientation and Gender Identity*).

Sexual Orientation and Gender Identity atau yang berartikan orientasi seksual dan identitas gender adalah salah satu aspek atau topik yang luas, kompleks dan rumit.

⁸ Eno Bening Swara, 2016. *Membedah YouTube sebagai New Media dengan pemikiran Jean Baudrillard*. Diakses dari <http://lib.ui.ac.id/naskahringkas/2016-05/S57164-Enobening%20Swara> diakses pada 10 Maret 2018, pukul 14.54 WIB

⁹ *YouTube* Community Guidelines - <https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/policies/#community-guidelines> diakses pada 12 Maret 2018 pukul 18.38 WIB

Mulai dari hal yang nyata dapat dilihat dan di sentuh seperti jenis kelamin, hingga yang kasat mata tidak bisa disentuh seperti identitas gender milik seseorang. Istilah seks diartikan dari bahasa Inggris yang dijelaskan menjadi jenis kelamin, sedangkan istilah gender lebih merupakan susunan karakteristik yang membedakan antara sifat maskulinitas dan feminitas.

Struktur realitas sosial di masyarakat mengelompokkan salah satu jenis gender dengan salah satu jenis kelamin saja. Seperti laki-laki dengan pengertian memiliki sifat maskulinitas dengan memiliki jenis kelamin penis, sedangkan perempuan dengan pengertian memiliki sifat feminitas dengan jenis kelamin vagina. Istilah gender pertama kali digunakan pada studi John Money seorang dokter spesialis seksologi, dimana Dr. Money memperkenalkan istilah ini untuk membedakan antara seks (jenis kelamin) dengan gender (peran gender) pada tahun 1955 sebagai berikut.

“Gender merupakan susunan karakteristik mengenai dan yang membedakan antara maskulinitas dan feminitas. Tergantung pada konteks, karakteristik tersebut dapat saja termasuk jenis kelamin (biologis, seperti laki-laki / jantan, perempuan, betina, atau intersex), struktur sosial yang berdasarkan jenis kelamin (termasuk peran gender / “gender roles dan aturan lainnya), atau identitas gender.”¹⁰

Kemudian setelah tahun 1970, ketika teori feminisme mulai mencakup didalam teori-teorinya mengenai konsep yang membedakan antara seks (jenis kelamin) yang biologis dengan (konsep) maskulinitas-femininitas yang merupakan konstruksi realitas sosial yang disebut gender. Khususnya ketika beberapa feminis

¹⁰ Selarung gerakan lesbian dalam epidemik kebencian: awal advokasi sogie di nusantara, Jurnal Perempuan no. 87 hal 9-10. November 2015.

mengkritisi, mempertanyakan sambil menciptakan konsep mengenai jenis gender yang berkaitan dengan peran-peran gender didalam realitas konstruksi sosial¹¹. WHO (*World Health Organization*) salah satu organisasi kesehatan internasional yang cukup besar bahkan menggunakan teori feminisme dalam edaran internasionalnya secara meluas sejak tahun 1973-an. Sejak saat itu istilah “gender” mendapatkan definisi, pengertian, maupun determinasi yang semakin dipertajam, dan diperluas. Namun tidak lepas dari konstruksi realitas sosial yang tetap menghubungkan salah satu jenis gender dengan salah satu jenis kelamin saja, seperti maskulinitas adalah laki-laki dan femininitas adalah perempuan. Yang dalam Bahasa Inggris dapat dikatakan *female* dan *male* digambarkan untuk jenis seks, sementara *Women* dan *Man* digambarkan untuk jenis gender. Namun tetap saja realitas sosial mengkonstruksikan seolah kedua hal tersebut menjadi hal yang sama, *Female = Woman, Male = Man*. Setelah munculnya pengertian dan konstruksi realitas sosial antara jenis kelamin dan gender tersebut maka munculah sebutan jenis gender baru yaitu “gender-ketiga” (*Third gender*), yang berisikan individu yang merasa tidak termasuk kedalam golongan gender laki-laki dan perempuan atau dapat dikatakan gender ketiga adalah bentuk dari keberagaman sifat manusia¹².

Hal yang ada di dalam pembahasan mengenai gender salah satunya adalah mengenai orientasi seksual. Jenis dan ragam dari orientasi seksual biasa disebut

¹¹ Malik, sabaruddin, “sekilas teori gender dan feminisme” 13 agustus 2013, https://www.kompasiana.com/udinsabaruddin/sekilas-teori-gender-dan-feminisme_552a6ccff17e61a509d623e95 Diakses pada 14 Maret 2018 pukul 15.07 WIB

¹² Ardiyansyah, Abhipraya, “gender ketiga: sebuah bentuk keberagaman” 27 november 2014, <http://aruspelangi.org/articles/gender-ketiga-sebuah-bentuk-keberagaman/> Diakses 14 Maret 2018 pukul 14.22 WIB

dengan julukan LGBTQ. Memiliki kepanjangan Lesbian (perempuan yang menyukai perempuan), Gay (laki-laki yang menyukai laki-laki), Biseksual (laki-laki atau perempuan yang menyukai kedua jenis kelamin laki-laki dan perempuan), Transgender (berkelamin perempuan namun merasa dirinya adalah laki-laki, begitu juga sebaliknya) & Transeksual (mengganti kelamin dari penis ke vagina ataupun sebaliknya) dan *Queer + (Questioning)* – adalah jenis jenis orientasi seksual dan gender lain, seperti aseksual, panseksual, dan lain – lain. Jenis oerientasi seksual selain dari heteroseksual¹³.

Sebelum *American Psychiatric Association* menghapus kategori homoseksual sebagai bagian dari gangguan jiwa pada tahun 1973, orientasi seksual selain heteroseksual dikategorikan dalam gangguan jiwa oleh hampir seluruh dunia yang dianggap sebagai perilaku yang menyimpang.¹⁴ Kemudian setelah penghapusan tersebut, tindakan ini disebarluaskan kepada hampir semua asosiasi psikiatri di dunia. Setelah itu mulailah bermunculan gerakan gerakan untuk menjunjung tinggi hak hak asasi kemanusiaan komunitas gay (*gay rights movement*) atau hak hak assi kemanusiaan dari komunitas LGBTQ¹⁵. Dari total 26 negara yang sudah melegalkan di dalam hukum negaranya mengenai pernikahan sesama jenis, belum ada satu pun

¹³ UCdavis, “LGBTQIA Resource Center Glossary” <https://lgbtqia.ucdavis.edu/educated/glossary.html>
Diakses 14 Maret 2018, pukul 14.55 WIB

¹⁴ Setiawan, Achmad Fachri “respon mahasiswa terhadap LGBT (lesbian, gay, biseksual, dan transgender) 2015. FISIP UNILA, diakses dari: <http://digilib.unila.ac.id/9696/14/BAB%20II.pdf>
Diakses 14 Maret 2018 pukul 12.32WIB

¹⁵ Ibid

negara dari benua Asia di barisan nama negara - negara tersebut ¹⁶. Negara- negara di Asia Tenggara dapat dikatakan memiliki budaya yang lebih variasi dan kompleks. Dilihat dari hal – hal yang sudah di konstruksikan dari sisi budaya, agama serta norma yang sudah terstruktur dan kental dari dahulu kala, membuat pola pikir masyarakat di Asia Tenggara lebih konservatif dan tertutup. Berbeda dengan pola pikir dari masyarakat di negara barat yang memiliki pembentukan pola pikir lebih liberal dan terbuka. Sehingga membuat masyarakat di Asia Tenggara lebih sulit untuk memiliki pemahaman secara penuh mengenai konsep orientasi seksual itu sendiri. Maka sangat sulit untuk mendapatkan pelegalan didalam hukum mengenai pernikahan sesama jenis ataupun pengakuan secara legal untuk komunitas LGBTQ di negaranya. Walaupun begitu sudah ada beberapa negara di Asia Tenggara yang memiliki hukum mengenai kesetaraan hak-hak kemanusiaan dari komunitas LGBTQ itu sendiri. Dengan harapan dapat membantu komunitas LGBTQ dan masyarakat luas untuk lebih memahami konsep orientasi seksual dan juga konstruksi realitas sosial mengenai orientasi seksual oleh *New Media*, maka dari itu penelitian ilmiah ini dibuat.

1.2 Identifikasi Masalah

Mantan karyawan *Paypal* Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim mendirikan situs *YouTube* pada 14 Februari 2005. Pada awalnya *YouTube* diciptakan sebagai jejaring penjual jasa mencari jodoh pada tahun 2005 dengan tanggal

¹⁶ Pew research center (religion & public life) "gay marriage around the world", 8 agustus 2017 diakses dari <http://www.pewforum.org/2017/08/08/gay-marriage-around-the-world-2013/> diakses pada 14 Maret 2018 pukul 13.09 WIB

peluncuran pada peringatan hari kasih sayang (*Valentines Day*)¹⁷. Seperti disampaikan Chen dalam konferensi SXSW di Austin, Texas, AS pada 2016. Visi Chen dan para pendiri adalah untuk *YouTube* sebagai aplikasi pencarian jodoh seperti aplikasi *Tinder*.¹⁸ Tetapi dengan memanfaatkan unggahan video. Para jomblo dan jomblowati diajak untuk mengunggah video yang menceritakan profil mereka dan mengungkapkan kriteria pasangan yang mereka cari dan idamkan. Setelah peluncuran lima hari, tidak ada satu video pun yang diunggah di YouTube. Barulah, para pendirinya mengubah arah tujuan unggahan pencarian jodoh dalam YouTube dan mengubahnya menjadi situs pengunggahan segala jenis video yang dapat digunakan untuk berbagai hal. Ternyata keputusan tersebut membuat popularitas YouTube menanjak hingga akhirnya diakuisisi oleh perusahaan jejaring pencarian terbesar di seluruh dunia Google dengan nilai 1,6 juta dolar AS pada tahun 2006 silam¹⁹. YouTube berubah menjadi media baru publik atau *new media* yang sangat variatif dan komunikatif serta memungkinkan pengguna untuk mengunggah, melihat, menilai, berbagi, menambah favorit, melaporkan, mengomentari video, dan berlangganan kepada pemilik akun dan pengguna lainnya.

Dengan adanya fasilitas komentar di setiap halaman milik akun pengunggah YouTube, menjadikan YouTube sangat komunikatif dan lebih membuat pengguna dapat berkomunikasi secara langsung dengan pemilik akun pengunggah video dalam

¹⁷Cloud, John. "The YouTube Gurus" 25 December 2006, <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570795,00.htm> diakses pada 14 Maret 2018 pukul 11.05 WIB

¹⁸ Online dating app diakses dari <https://tinder.com/?lang=en> diakses pada 14 Maret 2018 pukul 12.11 WIB

¹⁹ Satrio wahono dan dofa purnomo (2010), *Animal-based management rahasia merek merek raksasa berjaya*, Jakarta hlm.5

YouTube tersebut. Banyak sekali masyarakat yang termasuk pada generasi Z yang menggunakan YouTube untuk sarana informasi, komunikasi, edukasi dan hiburan, bahkan mereka sendirilah yang menciptakan informasi, edukasi dan hiburan itu sendiri. Dengan kapabilitas YouTube membuat penggunaanya merasa bebas dan tidak terbatas untuk berkreasi menciptakan apapun, saling berbagi ilmu pengetahuan dan bahkan menciptakan hiburan dengan membuat film pendek ataupun bercerita tentang kehidupannya sehari-hari yang biasa disebut *vlog*.

Konten *Vlog* atau *Video blog* biasanya bercerita mengenai kehidupan pribadi dan pengalaman yang dialami oleh *content creator* (pencipta video di dalam YouTube) dalam waktu sehari-hari. *Vlog* menjadi hal yang sangat diminati oleh generasi Z dimana dapat menghasilkan relasi antara penonton dan *creator* untuk dapat menjadi berkenalan satu sama lain, dan juga menjadikan sang *creator* menjadi memiliki pengaruh kepada penontonnya, dikarenakan adanya kesamaan akan hal yang disukai atau dialami. YouTube juga memberikan fitur untuk membuat kelompok serta komunitas yang diteruntukan kepada semua pengguna YouTube dari *creator* sampai penonton²⁰. Hal ini terjadi tidak hanya di tingkat domestik namun ada dalam skala dunia internasional. Penonton jadi dapat mengetahui apa yang terjadi dibelahan dunia manapun, dan dapat mengomentari serta bertanya tentang keorisinilan dari suatu video yang diunggah, langsung kepada pencipta dari unggahan video tersebut. Menonton hal yang diunggah oleh pengguna YouTube sangatlah berdampak dalam kehidupan masyarakat. Melihat hal baru, mengetahui hal baru dan

²⁰ *YouTube Academy, YouTube Creators* “lesson : build your community” diakses dari: <https://creatoracademy.YouTube.com/page/lesson/build-a-sustainable-community>, Diakses 14 Maret 2018 pukul 11.14 WIB

mempelajari hal baru membuat generasi Z membuka pikirannya agar dapat dikonstruksikan realitas sosialnya untuk memiliki pemikiran yang lebih luas dan terbuka untuk menerima dan memproses serta mengaplikasikan dari apa yang di terima dari video yang di tonton.

Setelah Amerika Serikat mengumumkan bahwa negaranya melegalkan secara hukum untuk pasangan sesama jenis (homoseksual) agar dapat menikah pada tahun 2015 silam²¹. Sebagai negara yang dianggap menjadi negara hegemon di dunia internasional, berita tersebut membuat dunia maya terguncang heboh²². Hal tersebut membuat para pengunggah konten dalam YouTube biasanya disebut sebagai “*creative content creator* atau *Creator* atau *Online Influencers*” atau pencipta konten kreatif di dalam YouTube beramai-ramai mengunggah video berkonten pro atau dan kontra atas legalisasi dan penerimaan pernikahan sesama jenis yang terjadi di Amerika Serikat. Unggahan video terjadi dari seluruh dunia tidak terkecuali Indonesia yang menjadikan YouTube sebagai *platform New Media* yang paling

²¹ Georgetown Law Library, *A Timeline of the legalization of same-sex marriage in the US*, diakses dari <http://guides.ll.georgetown.edu/c.php?g=592919&p=4182201>, diakses pada 2 Maret 2018 pukul 12.45 WIB

²² Irshad, gazala, “*The World Reacts to US Supreme court legalization of gay marriage*” diakses dari http://www.huffingtonpost.com/the-groundtruth-project/the-world-reacts-to-us-su_b_7675354.html, diakses pada 14 Maret 2018, pukul 13.14 WIB

digemari²³. Unggahan tersebut juga terjadi di Thailand sebagai negara pengguna YouTube terbesar di Asia Tenggara²⁴

Setelah terbukanya mata dunia internasional kepada hak-hak kemanusiaan atas kesetaraan gender, orientasi seksual dan identitas gender, sudah ada beberapa *creator* dari Indonesia dan Thailand yang mengunggah video dengan konten berisikan mengenai orientasi seksual yang masih menjadi anomali dalam norma-norma di negaranya. Konten yang diunggah memiliki beragam variasi, dari konten yang berisikan mengenai “*Coming out*”, menyuarakan pendapat mereka mengenai isu tersebut, membuat film pendek bertemakan orientasi seksual atau sekedar pembahasanan mengenai orientasi seksual sebagai salah satu identitas diri yang layak untuk diketahui dan dimiliki dengan bangga oleh sesama makhluk hidup ada dalam realitas kehidupan.

Masalah kesetaraan gender yang banyak mendapat sorotan adalah dimana masyarakat dunia belum bisa mengidentifikasi perbedaan antara gender, seks dan orientasi seksual seseorang, yang berakibat adanya generalisasi suatu gender terhadap jenis kelamin tertentu dan orientasi seksual tertentu, yang mengakibatkan munculnya kesenjangan sosial. YouTube menjadi *new media* yang sangat digemari oleh masyarakat dalam mengangkat isu tersebut, dikarenakan tidak adanya hukum yang melanggar mereka untuk menyuarakan mengenai orientasi seksual di dalam *platform*

²³ “Digital in southeast asia”Wearesocial.com, most active social media platform in south east asia 2017 report diakses pada 20 April 2018 diakses dari <https://image.slidesharecdn.com/17digitalin2017southeastasia-wearesocialandhootsuitev001-170126055857/95/digital-in-2017-southeast-asia-47-638.jpg?cb=1485498592> diakses pada 20 April 2018 pukul 11.15 WIB

²⁴ Pornwasin, Asina,2016 “Thailand is still number one for Youtube viewers” diakses dari <http://www.nationmultimedia.com/business/Thailand-is-still-number-one-for-YouTube-viewers-i-30297423.html>, diakses pada 14 Maret 2018 pukul 14.08 WIB

tersebut, tidak seperti *old media* yang memiliki peraturan tertentu yang biasa disebut hukum censorship untuk tayang baik di Indonesia ataupun di Thailand.

Hukum positif Indonesia melarang adanya konten LGBTQ untuk masuk kedalam media Indonesia pada tahun 2006 yang dijabarkan dalam Undang-Undang terhadap pornografi dan pornoaksi pasal 4 ayat 1 (2006) yang melarang:

"Setiap tulisan atau presentasi audio visual -termasuk lagu, puisi, film, lukisan, dan foto-foto yang menunjukkan atau menyarankan hubungan seksual antara orang-orang dari jenis kelamin yang sama."²⁵

Setelah adanya perkembangan jaman dan juga perkembangan media pada sekarang ini memberikan anggota dari komunitas LGBTQ cakupan yang lebih dalam media di Indonesia. Berbeda dengan Indonesia, Thailand tidak memiliki hukum sensor yang ketat mengenai konten LGBTQ pada tayangan televisi mereka. Meskipun Hukum sensor media atau press di Thailand termasuk yang sangat ketat. *Freedom House*, salah satu organisasi Internasional yang memantau kebebasan media di dunia Internasional.²⁶ Memberikan nilai kebebasan dengan batasan nilai 0 (paling bebas) sampai nilai 100 (paling tidak bebas), Thailand mendapatkan total nilai 77 dengan ketatnya hukum sensor mereka.²⁷ Namun hukum sensor di Thailand hanya melibatkan kontrol ketat terhadap berita tertentu seperti, keadaan politik Thailand yang berada di bawah pemerintahan yang sama berturut-turut, termasuk juga

²⁵Nathania, Claudia, 2016, kompasiana "menilik kasus LGBT Indoneisa" diakses dari https://www.kompasiana.com/claudianathania/menilik-kasus-lgbt-indonesia_56c9777ded96734d09de0a74 Diakses pada 14 Maret 2018, pukul 11.16 WIB

²⁶ About us, situs Freedom House, diakses dari <https://freedomhouse.org/about-us> Diakses pada 14 Maret 2018, pukul 11.24 WIB

²⁷ Freedom of press Thailand 2017, situs Freedom house. Diakses dari <https://freedomhouse.org/report/freedom-press/2017/thailand> Diakses pada 14 Maret 2018, pukul 11.30 WIB

pelecehan dan manipulasi yang terjadi di dunia politik Thailand. Selama konten bertema LGBTQ tidak melanggar hukum tersebut, maka tidak terkena masalah. Meskipun seperti itu, media Thailand masih menampilkan gambaran komunitas LGBTQ sebagai hal yang negatif dan selalu digambarkan dalam bentuk karakter yang komikal.

1.3 Pembatasan dan Perumusan Masalah

1.3.1 Pembatasan Masalah

Dari sekian banyak pengaruh YouTube dalam masyarakat global dan lokal, penelitian ini mengkaji peran dari *New Media* YouTube terhadap konstruksi realitas sosial dari topik mengenai orientasi seksual di Indonesia dan Thailand, lebih spesifik lagi ibu kota dari kedua negara tersebut yaitu Jakarta dan Bangkok. Pengambilan Jakarta dan Bangkok sebagai batasan dari penelitian ini memiliki beberapa alasan. Alasan utama adalah; Indonesia dan Thailand adalah negara yang bertetangga di Asia tenggara, di mana kedua negara tersebut memiliki budaya yang berbeda namun memiliki beberapa kemiripan satu sama lainnya. Thailand masih menganut budaya ketimuran yang mirip dengan Indonesia namun ada beberapa hal kontras yang membedakan budaya masing-masing. Salah satu contohnya dapat terlihat pada pengakuan Thailand terhadap 11 jenis gender (mencakup orientasi seksual di dalamnya), sementara Indonesia hanya mengenal 2 jenis Gender dan 1 jenis orientasi seksual. Di Indonesia secara hukum orientasi seksual tidak diatur secara gamblang karena dianggap sebagai rahan privat yang tidak bisa dibatasi ataupun diintervasi oleh

negara.²⁸

Thailand memiliki antusiasme yang tinggi terhadap *new media*, khususnya YouTube. "YouTube Thailand berada di posisi 10 besar dalam memiliki waktu tonton secara global, dengan lebih dari 65% waktu menonton di perangkat seluler *smartphone*, yang mencapai 85% dalam dua tahun, dari tahun 2014 sampai 2016," diutarakan oleh Jittivanich, sebagai kepala pemasaran Google di Thailand. Thailand menempati peringkat tertinggi di kawasan Asia Tenggara dalam waktu menggunakan YouTube.²⁹ Sementara itu, YouTube merupakan *new media* tertinggi yang digunakan oleh masyarakat Indonesia³⁰. Pada 24 Agustus 2017 silam Uber Mohammed, kepala dari pemasaran Google Indonesia mengumumkan bahwa pengguna aktif YouTube di Indonesia telah mencapai 50 Juta pengguna di seluruh Indonesia.³¹ Pada 9 Mei 2018, dalam acara yang digelar oleh YouTube di Indonesia yang bernama "YouTube *Space*", Veronika sari utami kepala pemasaran Google melakukan presentasi yang menerangkan perbedaan jumlah pengguna YouTube di Indonesia antara daerah perkotaan dan pedesaan. Keduanya memiliki angka yang tinggi meskipun daerah perkotaan memiliki angka yang jauh lebih tinggi. YouTube memiliki presentase penggunaan yang lebih tinggi 92% di kota besar (urban),

²⁸ Erdiyanto, Kristian. 2017 "kelompok LGBT tak bisa dipidana karena orientasi seksualnya" diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2017/12/19/10310291/kelompok-lgbt-tak-bisa-dipidana-atas-perbedaan-orientasi-seksualnya> Diakses pada 14 Maret 2018 pukul 14.44 WIB

²⁹ Pornwasin, Asina, 2016 "Thailand is still number one for Youtube viewers" diakses dari <http://www.nationmultimedia.com/business/Thailand-is-still-number-one-for-YouTube-viewers-i-30297423.html>, diakses pada 14 Maret 2018, pukul 11.25 WIB

³⁰ Digital in Southeast Asia -Indonesia, we are social. - <https://image.slidesharecdn.com/17digitalin2017southeastasia-wearesocialandhootsuitev001-170126055857/95/digital-in-2017-southeast-asia-47-638.jpg?cb=1485498592> Diakses pada 14 Maret 2018, pukul 12.00 WIB

³¹ Yasa, Agne. 2017 "pengguna youtube di Indonesia tembus 50 juta" diakses dari <http://industri.bisnis.com/read/20170824/105/683937/pengguna-YouTube-di-indonesia-tembus-50-juta-> Diakses pada 14 Maret 2018, pukul 12.27 WIB

terutama ibukota dibandingkan dengan daerah lainnya 85% (rural), di Indonesia.³² Menurut data yang dirilis oleh YouTube Thailand, penduduk perkotaan (urban) Thailand menghabiskan sekitar 2,4 jam setiap hari menonton video di dalam YouTube, total 46 juta penduduk di perkotaan besar - dari total 69 juta warga Thailand³³. Oleh karena itu penulis memilih kedua ibukota negara yaitu Jakarta dan Bangkok yang menjadi bagian dari perkotaan besar di dalam kedua negara untuk menjadi pembandingan.

Gambar 1.1 : Penggunaan YouTube yang kuat di perkotaan dan pedesaan



Sumber : foto milik penulis dan diambil saat mendatangi presentasi pada acara *YouTube Pulse*

9 Mei 2018, Jakarta.

³² Live presentation by Veronica Sari Utami, Head of Marketing, Google Indonesia. At YouTube Pulse 9 Mei 2018.

³³ Coconut Bangkok, Thai people spend more than two hours per day Watching YouTube, 21 Maret 2018 diakses melalui <https://coconuts.co/bangkok/news/thai-people-spend-two-hours-per-day-watching-youtube/> diakses pada 10 Mei 2018

1.3.2 Perumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang, identifikasi, serta pembatasan masalah yang telah dikemukakan, penelitian ini dirumuskan ke dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Bagaimana peran YouTube sebagai *new media* dalam konstruksi realitas sosial mengenai orientasi seksual di Jakarta dan Bangkok”.

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran YouTube sebagai *new media* dalam konstruksi realitas sosial mengenai orientasi seksual di Jakarta dan Bangkok.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah peneliti berharap dapat memberi gambaran kerangka pemikiran terhadap pembaca dan dapat mengetahui sekaligus memahami bagaimana *New Media* dalam kasus ini YouTube, memiliki peran dan dapat menjadi alat untuk mengkonstruksi pemikiran realitas sosial atas orientasi seksual yang ada di kedua ibukota negara di Asia Tenggara yaitu Jakarta dan Bangkok.

1.5 Kajian Literatur

Penulis mengkaji 4 kajian literatur sebagai tinjauan dari penelitian ini. Literatur pertama adalah buku tinjauan dari USAID dan UNDP yang berjudul “*Being LGBT in Asia: Indonesia Country Report*” ,yang disusun dan ditulis oleh Dédé Oetomo dan Khanis Suvianita, dibantu oleh Kevin Stevanus Senjaya Halim, Jamison Liang, Safir Soepartha dan Luluk Surahman. Laporan ini disusun dari hasil hasil

dokumentasi berbagai presentasi dan diskusi dalam Dialog Komunitas LGBT Nasional Indonesia yang diselenggarakan pada 13 smpa 14 Juni 2013 di Bali.³⁴ Dialog Komunitas LGBTQ Nasional Indonesia dan laporan nasional mendapatkan dukungan dari UNDP dan USAID melalui prakarsa regional '*Being LGBT in Asia*' (Hidup Sebagai LGBT di Asia). Prakarsa pembelajaran yang dilakukan, mengundang beberapa negara di asia yaitu Cina, Filipina, Indonesia, Kamboja, Mongolia, Nepal, Thailand dan Vietnam,³⁵ ada beberapa organisasi LGBTQ melibatkan diri pada dialog kebijakan dan hak asasi manusia, serta peran teknologi baru dalam mendukung advokasi LGBTQ. Buku ini digunakan sebagai tinjauan untuk melihat eksistensi dan perkembangan LGBTQ di Indonesia sehingga penelitian ini dapat memperoleh penjelasan yang utuh.

Literatur yang kedua juga diambil dari buku tinjauan milik USAID dan UNDP yang berjudul "*Being LGBT in Asia: Thailand Country Report*" yang di tinjau oleh UNDP dan USAID sebagai bagian dari inisiator penelitian "*Being LGBT in Asia*" (menjadi LGBT di Asia). Literatur ini berbasis dari observasi oleh para penulis laporan pada dialog komunitas nasional LGBT di Bangkok pada maret 2013. Literatur ini berisikan berbagai macam dialog mulai dari kebijakan – kebijakan yang berhubungan dengan hak asasi kemanusiaan seperti kebijakan pendidikan, kebijakan ketenaga kerjaan, kebijakan kesehatan dan kebijakan lainnya yang Thailand berikan kepada komunitas LGBTQ sampai analisis kebudayaan, kesehatan, lingkungan

³⁴USAID & UNDP "*being LGBT in asia : Indonesia Country Report* " 2013 "

pekerjaan dan lingkungan sosial dari komunitas LGBTQ di Thailand. Literatur ini juga membahas mengenai sejarah komunitas LGBTQ serta advokasi untuk mereka di Thailand, lebih fokusnya di ibukota Bangkok.³⁶

Literatur ketiga adalah karya tulis ilmiah milik Prof. Stefan Weber dari Jerman yang berjudul “*Media and The Construction of Reality*”, yang berisikan mengenai konstruksi kenyataan dan bagaimana konstruktivisme dapat menggunakan media untuk mengubah pola pikir, dan budaya pada realitas masyarakat. Disebutkan di dalam karya tulisnya bahwa *new media* dapat mengubah kenyataan, jurnal terjemahan dari bahasa Jerman ini membahas konstruksi media terhadap realitas kehidupan nyata atau kenyataan. Karya tulis ini akan digunakan untuk membantu meninjau bagaimana peran *YouTube* sebagai *new media* dapat digunakan untuk mekonstruksi realitas kenyataan atau pola pikir masyarakat di Indonesia dan Thailand mengenai orientasi seksual.³⁷

Literatur keempat adalah buku karya Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yang berjudul *The Social Construction of Reality*. Yang digunakan sebagai dasar dari pengertian konstruksi sosial di realitas kehidupan masyarakat. Di dalam buku ini dijelaskan istilah realitas sosial, yang kemudian didefinisikan dikatakan memiliki dimensi subjektif dan objektif. Buku ini juga digunakan sebagai sumber pengertian mengenai realitas sosial memiliki sifat yang berbeda dengan realitas fisik. Sebagai contoh, realitas alam seperti hutan, pegunungan, pantai merupakan sesuatu yang didapatkan manusia secara alamiah. Dimana dijelaskan juga bagaimana manusia

³⁶ USAID & UNDP “*being LGBT in asia : Thailand Country Report* “

³⁷ Stefan weber, “Media and the Contruction of reality” diakses dari https://www.mediamanual.at/en/pdf/Weber_etrans.pdf Diakses pada 20 Maret 2018, pukul 14.55 WIB

sebagai aktor utama dalam konstruksi realitas sosial yang terjadi kepada kehidupan nyata. Buku ini akan digunakan untuk melihat bagaimana manusia menciptakan *New Media* selain sebagai alat komunikasi dan informasi namun juga sebagai alat untuk mengkonstruksi realitas sosial di masyarakat, dalam kasus penelitian ilmiah ini peran YouTube sebagai alat *New Media* dalam mengkonstruksi realitas mengenai konsep orientasi seksual di masyarakat Indonesia dan Thailand.³⁸

1.6 Kerangka Pemikiran

Revolusi TIK abad 21, sudah sangat luas dan terkenal di dunia Internasional dan dinyatakan telah memasuki era informasi pada awal tahun 1970-an. Hal tersebut ditegaskan oleh Manuel Castells, sosiolog yang meneliti tentang masyarakat informasi, komunikasi dan globalisasi mengatakan bahwa jaringan masyarakat tersebut bukan bentuk yang baru dalam sistem atau organisasi sosial tetapi jaringan telah menjadi fitur utama dalam morfologi sosial. Castells memberikan penekanan kepada dua hal yang menjadi dasar dalam pembentukan jaringan masyarakat yang dipercaya dapat menghasilkan budaya baru, yaitu *space of flows* dan *timeless time*.³⁹ *Space of flows* atau ruang arus telah muncul dalam sentralitas kehidupan kontemporer masyarakat, sejak pertengahan tahun 1970-an, yang dapat diartikan sebagai tahap aktivitas manusia yang diciptakan dari gerakan dinamis, bukan oleh lokasi yang statis.⁴⁰ *Space of flows* diartikan sebagai bagian dari jaringan masyarakat, seperti modal, informasi, aliansi bisnis, dan lain-lain.

³⁸ Berger, Peter L, dan Luckmann., “The Social Construction of Reality”, The Penguin Group, London.1991

³⁹ Béla Mester, *Space and Time in a Global World*, 9 desember 2008, hlm. 132,

⁴⁰ Felix Stalder, *The Status of Objects in the Space of Flows*, hlm. 2, University of Toronto, 2002

Menurut Castells, ruang tidak dapat dipisahkan dari waktu, ruang arus tersebut menghasilkan waktu yang tidak terbatas (*timeless time*).⁴¹ Castells mengatakan juga bahwa kedua hal tersebut menciptakan budaya "*real virtuality*" yang dapat menjadi kenyataan. Dari terbentuk dan majunya teknologi, informasi dan komunikasi, komunikasi menjadi unsur yang paling penting untuk perubahan budaya, dan perubahan budaya sangat penting untuk keberlangsungan hidup manusia.⁴² Dapat dilihat bahwa komunikasi yang menjadi unsur penting untuk perubahan budaya, mengindikasikan bahwa *New Media* sebagai salah satu alat dari komunikasi dapat juga merubah dan mengkonstruksikan realitas sosial yang ada di masyarakat melalui *platform - platform* yang ada di dalam *New Media*.

New Media dapat dikatakan sebagai salah satu aktor yang termasuk aktif di dunia internasional dikarenakan kekuatan yang dimiliki oleh *New Media* mencakup penyampaian informasi dan komunikasi, sebagai sarana penyampai informasi dan komunikasi kepada masyarakat luas (internasional), *New Media* memiliki kekuatan sebagai alat dalam membentuk realitas sosial di dalam masyarakat.⁴³ Dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality*, Peter L. Berger dan Thomas Luckmann mengatakan bahwa konsep manusia tidak akan pernah diam atau stagnan dalam menjalankan hidupnya di tengah masyarakat dan mendefinisikan manusia dengan istilah dialektis, dinamis dan plural. Manusia bukannya suatu realitas tunggal akhir. Dapat diketahui, sikap manusia dalam menghadapi kenyataan sangatlah relatif.

⁴¹ Ibid.

⁴² Fadhillah, Ghina. "Revolusi Digital; Pengaruh terhadap Masyarakat di Hong Kong dan Indonesia, Studi Kasus Pokémon Go", 2017.

⁴³ Pakar Komunikasi, "Konstruksi Realitas Sosial Media Massa – Teori dan Tahapan" diakses dari <https://pakarkomunikasi.com/konstruksi-realitas-sosial> Diakses pada 20 Maret 2018 pukul 12.13 WIB

Hal ini menandakan bahwa realitas sangatlah plural bergantung pada manusianya.⁴⁴

Teori konstruktivisme oleh Berger dan Luckmann yang lebih berfokus kepada konstruksi realitas sosial yang jika ditelaah lebih dalam terdapat beberapa asumsi dasar. Adapun asumsi-asumsinya tersebut adalah:

1. Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi realitas terhadap dunia sosial di sekelilingnya.
2. Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan.
3. Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus.
4. Membedakan antara realitas dengan pengetahuan⁴⁵.

Realitas kehidupan masyarakat diatur oleh manusia itu sendiri, menunjukkan bahwa realitas dapat dikonstruksi oleh manusia. *New media* yang sangat mudah digunakan dalam komunikasi dan penyebaran informasi dianggap sebagai alat yang paling efektif dalam konstruksi realitas di masyarakat.

Memasuki akhir tahun 80an, muncul pergeseran baru dengan lahirnya Teori konstruktivisme yang menyatakan sebagai teori penengah dari kedua kubu radikal sebelumnya, maka dari itu teori konstruktivisme dikenal sebagai kubu ketiga dalam perdebatan teori HI yang akhirnya disimpulkan bahwa teori konstruktivisme adalah inovasi mutakhir di dalam Hubungan Internasional.⁴⁶

⁴⁴ ibid

⁴⁵ Sandinata, Andreas. "Konstruksi sosial waria tentang diri, studi pasa waria (wanita-pria) di surabaya. Hlm. 5

⁴⁶ El Bilad, Cecep Zakarias. "konstruksi HI: Meretas jalan damai perdebatan antar paradigma.", 2012

Konstruktivisme adalah teori dimana memandang setiap perilaku individu dapat diubah dan tidak terpaku kepada hal yang disepakati bersama oleh wilayah lingkungan sosialnya. Konstruktivisme juga membawa misi untuk mengangkat derajat subjek individu dari keterpurukannya selama ini akibat hegemonis struktur. Dalam dunia komunitas rasionalis - positivis, subjek tidak memiliki otonomi, karena semua perbuatannya tidak lain merupakan respon terhadap struktur dan lingkungannya, atau semua perbuatan seorang individu sudah dibentuk sedemikian rupa oleh struktur yang ada di lingkungan sosialnya.⁴⁷

Setelah terciptanya struktur dalam masyarakat, struktur tersebut berbalik mempengaruhi subjek - subjek penciptanya. Struktur menjelma menjadi semacam aturan main atau norma sosial bagi subjek - subjek itu dalam melangsungkan interaksi sosial di masyarakat yang menunjukkan proses interaksi menanamkan pengetahuan atau kesadaran akan sosial dalam diri individu masing- masing, dan memahami subjek tentang diri sendiri, orang lain, kebutuhan, kepentingan, identitas dan posisi sosialnya. Saat interaksi berlangsung terjadi pertemuan dan pertukaran ide antara individu yang terlibat sehingga terbentuk pemahaman bersama (*shared Understanding*) tentang diri sendiri, orang lain, dan struktur. Pengetahuan tersebut kemudian menjadi landasan dan panduan normatif bagi setiap individu untuk menjalankan aktivitas sosialnya. Seperti diungkapkan Nicholas G. Onuf bahwa,

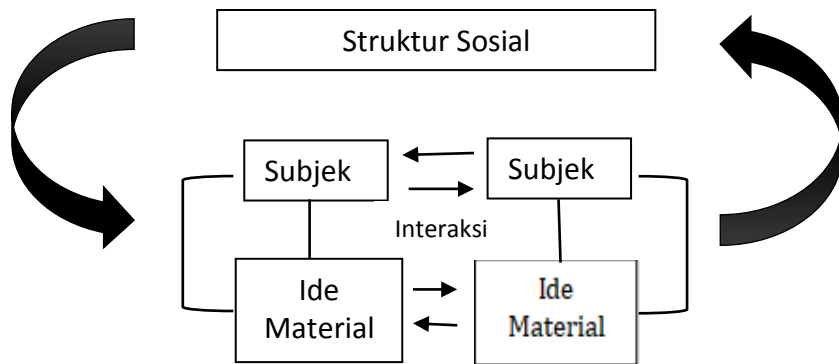
*“People make rules, rules make society, society’s rules make people conduct themselves in specific ways.”*⁴⁸

⁴⁷ ibid hlm. 5

⁴⁸Nicholas G. Onuf “world of our making: rules and rule in social theory and international relations. (university of south California press, 1989, hlm.66

Demikianlah hubungan saling mempengaruhi berlangsung, dalam sebuah lingkaran interaksi, subjek menciptakan dan mempengaruhi struktur, dan struktur mempengaruhi subjek⁴⁹

Figur 1.1: Penyederhanaan secara figuratif dari pandangan ontologis konstruktivis terhadap fenomena sosial.



*sumber di dapat dari karya tulis ilmiah skripsi, El- bilad, Cecep Zakarias “Konstruktivisme Hubungan Internasional: Meretas Jalan Damai Perdebatan Antarparadigma” hal.72

Perkembangan *new media* sangat membantu manusia dalam mekonstruksi pemikiran masyarakat pengguna *new media* sebagai sarana dasar untuk berkomunikasi mengikuti apa yang diinginkan oleh pencetus penggunaan *new media*. Empiris pekerjaan yang dimulai dari sistem yang diusulkan akan bisa membuktikan bahwa dengan bantuan *new media* sebagai alat konstruksi realitas sosial, pemahaman tentang konstruksi realitas yang dihasilkan oleh *new media* saat ini lebih memungkinkan untuk dapat dimengerti lebih jelas dikarenakan banyaknya alat bantu

⁴⁹ El- bilad, Cecep Zakarias “Konstruktivisme Hubungan Internasional: Meretas Jalan Damai Perdebatan Antarparadigma” hal.72 Diakses pada 20 Maret 2018

yang disediakan untuk para pengguna.⁵⁰ Dengan begitu *New Media* dipercaya dapat membantu masyarakat untuk dapat lebih mengerti konseptual mengenai realitas orientasi seksual yang sudah ada di masyarakat internasional, dan dengan bantuan *new media* juga diharapkan dapat mengkonstruksi realitas sosial terhadap pemikiran masyarakat mengenai konsep orientasi seksual di masyarakat Jakarta dan Bangkok. Dalam pembentukan konstruksi realitas pada masyarakat perlu dilakukannya beberapa tahapan terlebih dahulu, tahap – tahap pembentukan konstruksi realitas sosial adalah adalah:

1. Tahap konstruksi membenaran, setelah konstruksi tersebar, di mana informasi telah sampai pada penonton atau penikmat informasi, akan terjadi pembentukan konstruksi di masyarakat melalui 3 proses,
 - a. Proses pertama, sebagai suatu bentuk konstruksi *new media* yang terbentuk di masyarakat, cenderung membenarkan apa saja yang ada (tersaji) di *new media* sebagai suatu realitas kebenaran.
 - b. Kedua, kesediaan dikonstruksi oleh *new media*, yaitu sikap generik dari proses pertama. Bahwa pilihan orang untuk menjadi pembaca dan pemirsa *new media* adalah karena pilihannya untuk bersedia pikiran-pikirannya dikonstruksi oleh *new media*.
 - c. Ketiga, menjadikan konsumsi *new media* sebagai pilihan konsumtif, di mana seseorang secara kebiasaan memiliki ketergantungan pada *new media*, yang menjadi bagian kebiasaan hidup yang tak bisa dilepaskan

⁵⁰ Weber, Stefan “Media and the Construction of Reality”
https://www.mediamanual.at/en/pdf/Weber_etrans.pdf Diakses pada 29 Maret 2018 pukul 12.14 WIB

2. Tahap pembentukan konstruksi citra, Konstruksi citra yang dimaksud bisa berupa bagaimana konstruksi citra pada sebuah informasi ataupun content di dalam sebuah *new media*. Konstruksi citra pada sebuah informasi ataupun konten biasanya disiapkan oleh para *content creator*, mulai dari mencari bahan informasi untuk konten, editor, dan sampai penarikan video itu sendiri untuk tayang. Pembentukan konstruksi citra ialah bangunan yang diinginkan oleh tahap-tahap konstruksi. Di mana bangunan konstruksi citra yang dibangun oleh *new media* ini terbentuk dalam dua model, yakni model *good news* dan model *bad news*. Model *good news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi suatu informasi atau content sebagai hal yang baik dan positif, Sedangkan model *bad news* adalah sebuah konstruksi yang cenderung mengkonstruksi kejelekan atau memberi citra buruk pada objek informasi atau konten video.
3. Tahap konfirmasi, Konfirmasi adalah tahapan ketika *new media* maupun penonton memberi argumentasi dan akuntabilitas terhadap pilihannya untuk terlibat dalam tahap pembentukan konstruksi. Bagi media, tahapan ini perlu sebagai bagian untuk memberi argumentasi terhadap alasan-alasannya untuk konstruksi sosial. Sedangkan bagi penonton, tahapan ini juga sebagai bagian untuk menjelaskan mengapa ia terlibat dan bersedia hadir dalam proses konstruksi sosial.⁵¹

Tentunya dalam proses konstruksi realitas sosial dibutuhkan adanya aktor

⁵¹Santoso, puji. “konstruksi sosial media massa”, universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, al-balagh. Vol.1, 2016 : 30-48

untuk berperan dalam proses pelaksanaan kontruksi. Peran dalam kamus besar ahasa Indonesia memiliki arti; peran/pe·ran/ n 1 pemain sandiwara (film): -- utama; 2 tukang lawak pada permainan makyong; 3 perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat⁵². Menurut Abu Ahmadi pada tahun 1982, peran memiliki pengertian sebagai suatu hal yang lebih kompleks yaitu adanya pengharapan manusia terhadap cara individu untuk bersikap dan berbuat di dalam suatu keadaan atau situasi berdasarkan status dan fungsi sosialnya di dalam masyarakat.

Peran juga merupakan tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seseorang yang menempati suatu posisi di dalam masyarakat dan memiliki status sosial, syarat-syarat peran mencakup tiga hal, yaitu; Pertama, peran meliputi norma-norma yang berhubungan dengan posisi atau tempat seseorang di dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan kemasyarakatan. Syarat yang kedua adalah peran sebagai suatu konsep perilaku yang dapat dilaksanakan oleh individu didalam masyarakat yang terbentuk sebagai organisasi, peran juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu, yang dianggap memiliki kepentingan untuk struktur sosial masyarakat. Peran yang ketiga adalah, peran dalam suatu rangkaian yang teratur yang ditimbulkan oleh adanya suatu jabatan di dalam suatu kelompok. Interaksi yang terjadi di dalam kelompok menciptakan adanya ketergantungan satu dan yang lainnya. Karena adanya interaksi

⁵² Fahrizal, Said, Oktara Arie. 2011 “Peran dinas perhubungan kota bandar lampung dalam perencanaan pembangunan transportasi perkotaan” hlm.10 diakses dari <http://digilib.unila.ac.id/85/8/BAB%20II.pdf> diakses pada 14 Maret 2018

yang menciptakan ketergantungan di dalam kehidupan bermasyarakat itu, munculah yang dinamakan peran (*Role*).⁵³ Teori peran ini digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana peran YouTube sebagai *New Media* dalam konstruksi realitas sosial mengenai orientasi seksual di Jakarta dan Bangkok.

1.7 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.7.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam keseluruhan topik dan pertanyaan penelitian bersifat kualitatif. Pendekatan kualitatif dapat menjelaskan *phenomenological research*, yang dikenal oleh para ahli sebagai esensi dari pengalaman manusia dalam memahami fenomena.⁵⁴ Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena konstruksi realitas sosial mengenai orientasi seksual di dua ibukota negara di Asia Tenggara yaitu Jakarta dan Bangkok melalui *New Media* yaitu *YouTube*. Penulis mengkombinasikan data-data yang ada dan menggunakan teori yang relevan untuk membantu membuat analisis sehingga dapat mencapai kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab pertanyaan dari penelitian ini.

1.7.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data utama yang dipakai dalam penulisan ilmiah ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan ini dilakukan dengan cara menelusuri dan menganalisis bahan pustaka, yang berkaitan dengan permasalahan yang dikaji (misalnya seperti buku, jurnal, majalah, *New Media* yang berkaitan dengan hal-hal

⁵³ Fahrizal, Said, Oktara Arie. 2011 “Peran dinas perhubungan kota bandar lampung dalam perencanaan pembangunan transportasi perkotaan” diakses dari <http://digilib.unila.ac.id/85/8/BAB%20II.pdf> diakses pada 14 Maret 2018

⁵⁴ John W. Creswell, *Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, hlm. 15.

yang sedang diteliti), serta ditambah dengan sumber atau bahan terkait permasalahan yang akan diteliti.

1.8 Sistematika Pembahasan

Penulisan karya ilmiah ini dibagi menjadi empat bab. Dimana pada Bab I Merupakan pembahasan bagian pendahuluan yang membahas latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode dan teknik pengumpulan data, serta sistematika pembahasan.

Lalu pada bagian selanjutnya di Bab II berisi tentang pembahasan mengenai isu orientasi seksual di Indonesia dan Thailand, dan lebih spesifik di Jakarta dan Bangkok serta perkembangan YouTube di Indonesia dan Thailand. Dalam Bab ini membahas posisi kedua negara mengenai orientasi seksual, dan juga kepopuleran YouTube di kedua negara.

Dan selanjutnya pada Bab III memberikan contoh mengenai konstruksi realitas orientasi seksual di dalam konten – konten di dalam YouTube dan mengenai apa peran YouTube dalam konstruksi realitas sosial mengenai orientasi seksual di Jakarta dan Bangkok. Bab ini juga membahas tahapan upaya-upaya yang dikeluarkan dan diciptakan oleh YouTube seperti *creators*, komunitas, kampanye, peraturan, *Ambassador Creator for change*, *partners* dan lain – lain. Serta YouTube sebagai penopang imajinatif yang dijadikan *platform* oleh pengguna *New Media* untuk mengkontruksi realita sosial mengenai orientasi seksual di Jakarta dan Bangkok.

Pada bagian akhir penelitian ini pada Bab IV Membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian karya ilmiah ini mengenai bagaimana peran YouTube dalam konstruksi realitas sosial mengenai isu orientasi seksual di dua ibukota negara di Asia Tenggara yaitu Jakarta dan Bangkok.