

## **DISKRIMINASI KAUM LGBT DI JAKARTA**

**Lana Aisya Pense (2013-070-118)**

**Maria Amelia (2013-070-184)**

**Maya Martha Setianingrum (2013-070-271)**

**Giovana Engracia (2013-070-303)**

**Fakultas Psikologi UNIKA Atma Jaya Jakarta**

### **Abstraksi:**

Keberagaman gender telah ada di Indonesia sejak jaman pra-kolonial dan sangat ketat dengan kebudayaannya. Namun hal tersebut kian menghilang dan disensor dari cerita rakyat masa kini. Pergerakan yang menyuarkan kesetaraan gender di Indonesia telah dimulai sejak tahun 1968 hingga saat ini. Jumlah LGBT di Indonesia saat ini telah mencapai 3% dari jumlah penduduk dan sebagian besar mendapatkan berbagai macam diskriminasi. Analisa penelitian ini menggunakan teori gender, kekerasan, keluarga, *uses and gratifications*, *outcome mapping*, *social learning* dan *behavior change communication* (BCC). Rekomendasi rancangan intervensi didasarkan pada BCC berfokus pada media sosial Suara Kita selaku lembaga advokasi dan mediasi dalam mencapai kesetaraan hak-hak LGBT.

Kata kunci: Diskriminasi, Jakarta, LGBT, Lesbian Gay Biseksual Transgender

---

### **Latar Belakang Masalah**

Menurut Kaplan (1987) terdapat dua gender pada manusia yaitu perempuan dan laki-laki yang dilihat dari bagaimana perbedaan masing-masing berdasarkan perilakunya yang terbentuk melalui *social* dan *cultural*. Berdasarkan sejarah keanekaragaman gender di Indonesia adanya “gender ketiga” yang disebutkan oleh orang-orang pada zaman pra-kolonial yang mengisi peran gender kolonial tertentu, peran dengan “gender ketiga” tersebut diasosiasikan dengan kekuatan spiritual yang lebih tinggi, karena dianggap sebagai mediasi antara dewa dan manusia. Seiring berjalannya waktu “gender ketiga” mulai merosot dan hilang dari sejarah, dapat terlihat melalui buku-buku dan cerita rakyat masa kini yang menghilangkan dan menyensor status pemujaan dan transgendernya. Hal tersebut hanya menyisakan versi perempuan penggoda (*femme fatale*) yang disensor dan diseksualisasikan, tanpa kekuatan sakralnya. Sebagaimana dicatat oleh Peletz, 2009 (16): Transgenderisme telah kehilangan banyak kepentingan religius dan khususnya sakralitas yang dulu ia miliki, kecuali pada beberapa kasus (misalnya Bugis).

Kemudian pada tahun 1968 muncul istilah wadam (wanita adam) di Indonesia sebagai pengganti kata “banci” atau “bencong” yang bersifat menghina. Organisasi atau advokasi LGBT pertama di

Indonesia kemudian lahir dengan nama Himpunan Wadam Djakarta (HIWAD). Organisasi tersebut difasilitasi oleh gubernur DKI Jakarta, Ali Sadikin. Kata wadam kemudian diganti menjadi “trans” (wanita-pria) karena Adam merupakan nama nabi dan dianggap tidak patut untuk dijadikan julukan tersebut. Organisasi-organisasi serupa kemudian bermunculan di berbagai kota-kota besar di Indonesia. Berbagai organisasi ini berusaha mendukung moral dan mata pencaharian kaum transgender dengan menunjukkan bahwa mereka adalah anggota masyarakat yang berperilaku secara manusiawi.

Menjelang akhir tahun 1993, terdapat cukup banyak organisasi dan aktivis individu sehingga mampu menyelenggarakan Kongres Lesbian dan Gay Indonesia pertama (KLG I) di Kaliurang, dekat Yogyakarta. Jumlah organisasi yang ada di Indonesia saat ini relatif besar, yaitu terdiri dari dua jaringan nasional dan 119 organisasi yang didirikan di 28 provinsi dari keseluruhan 34 provinsi di Indonesia. Organisasi-organisasi ini berperan aktif di bidang kesehatan, publikasi dan penyelenggaraan kegiatan sosial dan pendidikan. Namun organisasi-organisasi ini sulit mendapatkan pengakuan dan dukungan dari pemerintah.

Direktorat Jenderal Administrasi dan Kependudukan Kementerian Dalam Negeri pernah mendata jumlah LGBT di Indonesia sudah yaitu 3% dari seluruh masyarakat Indonesia. Sedangkan data terkait transgender di Indonesia pada 2005 mencapai 400 ribu orang. Data dari Organisasi Gaya Nusantara dan Arus Pelangi menyebutkan jumlah gay di Indonesia saat ini mencapai angka 7.000.000 orang dan terlihat ada peningkatan setiap tahunnya. Maka jumlah masyarakat yang tergolong LGBT di Indonesia sudah cukup besar jika dibandingkan dengan populasi masyarakat Indonesia sendiri walaupun kaum LGBT masih tergolong kaum minoritas di tengah-tengah masyarakat. Hal tersebut yang dijadikan suatu perjuangan bagi para kaum LGBT terkait dengan permasalahan diskriminasi dan kesetaraan terkait posisinya sebagai bagian dari masyarakat. Diskriminasi terhadap kelompok LGBT yang terjadi di tengah-tengah masyarakat inilah yang membuat kelompok tertarik untuk menjadikannya sebagai topik untuk dianalisis.

Pada dasarnya diskriminasi adalah perbedaan perlakuan. Perbedaan perlakuan tersebut bisa disebabkan warna kulit, golongan atau suku, dan bisa pula karena perbedaan jenis kelamin, ekonomi, agama, dan sebagainya (Fulthoni, dkk, 2009; Triyaningsih, 2015). Diskriminasi disebut juga sebagai proses untuk membedakan perbedaan diantara dua stimuli (Chaplin, 2009; Triyaningsih, 2015). Seseorang/kelompok yang mendapatkan diskriminasi akan mengalami pengurangan, penyimpangan atau penghapusan pengakuan, pelaksanaan atau pemenuhan hak-hak dasarnya sebagai manusia. Sejarah telah menunjukkan bahwa tindakan diskriminatif justru membuat setiap individu tidak lagi menjadi manusia atau kehilangan kemanusiaannya, baik pelaku maupun korban diskriminasi (Fulthoni, dkk, 2009; Triyaningsih, 2015). Salah satu akibat dari perilaku masyarakat ini

membuat kaum LGBT mendapat stigma dan diskriminasi yang mengganggu kehidupan sehari-hari mereka.

Kenyataan bahwa masyarakat masih menolak keberadaan LGBT dibuktikan dengan adanya #DaruratLGBT sebagai bentuk kampanye penolakan dari netizen terhadap LGBT. Seperti yang ada pada media sosial twitter bahwa akun @Aminullah08 menulis “25. Mari lindungi diri, anak-anak dan keluarga dari LGBT agar selamat dunia dan akhirat #DaruratLGBT” dan akun @helimidm yang mengatakan “Rusia negara ateis menolak LGBT..Indonesia harus tegas menolak. #DaruratLGBT”. Selain itu juga penelitian yang dibuat oleh Gisela Dea Nirwanto (2016) menganalisis isi dari berita yang ditulis oleh Kompas.com terkait dengan isu LGBT. Hasil penelitian mengatakan bahwa Kompas.com memihak sisi negatif dari keberadaan LGBT karena segala bentuk aktivitas, kampanye, gerakan, dan perilaku LGBT yang bertentangan dengan norma yang berlaku di Indonesia.

Hal inilah yang menjadi dasar peneliti untuk melakukan penyusunan rancangan intervensi sosial, sehingga diharapkan dapat membantu menambah pengetahuan serta masukan bagi lembaga dan pihak yang mendukung perjuangan hak LGBT. Dalam hal ini, peneliti menemukan sebuah organisasi non-profit yang sudah melakukan intervensi terhadap kaum LGBT terkait isu gender dan seksualitas yang bernama Suara Kita. Suara Kita memiliki fokus kerja di bidang media alternatif dan gerakan berbasis media online. Suara Kita bertujuan membangun media alternatif untuk dapat berdiskusi bersama teman-teman LGBT seluruh Indonesia sebagai upaya saling menguatkan sesama. Visi Suara Kita adalah mewujudkan kesetaraan dan keadilan bagi LGBT, sehingga sesuai dengan tujuan kelompok. Sedangkan misinya adalah (1) Mengembangkan kapasitas organisasi yang profesional, transparan, dan akuntabel. (2) Mengembangkan pengetahuan publik tentang LGBT melalui media informasi, pendidikan kritis kebudayaan dan perubahan kebijakan. (3) Memperkuat jaringan untuk memperjuangkan kebijakan publik yang berpihak pada LGBT (Laman Facebook Suara Kita, 2016). Dengan ini peneliti dapat memperkuat penyusunan rancangan intervensi melalui pembelajaran langsung selama kegiatan magang di Suara Kita.

## **Teori dan Analisis Isu LGBT**

### ***Gender***

Identitas kaum LGBT tentunya sangat berhubungan dengan isu gender dan seksualitas. Seks adalah pembagian jenis kelamin berdasarkan fakta biologisnya, sedangkan gender merupakan karakteristik yang dianggap khas perempuan dan laki-laki. Melalui hal tersebut juga masyarakat membentuk peran gender yang sesuai dengan seksnya masing-masing. Sebagai contoh, seorang laki-laki harus berkarakter maskulin dan perempuan feminim. Ketika peran gender seseorang tidak sesuai dengan seksnya maka hal ini dianggap sebagai suatu hal yang aneh oleh masyarakat. Memang ada yang berpikiran terbuka dan menerima, namun sebagian besar masyarakat saat ini tidak dapat menerima keberagaman macam ini.

Berdasarkan teori gender, kaum LGBT kerap kali mendapatkan perlakuan tidak adil dikarenakan gender dan seksualitasnya. Masyarakat memandang kaum LGBT sebagai sosok yang tidak memenuhi kriteria peran gender sudah terbentuk secara kultural. Kaum LGBT acap kali termarginalisasi dalam berbagai aspek. Banyak dari mereka yang tidak dapat memiliki pekerjaan karena seksualitasnya. Kalaupun ada yang sudah bekerja, biasanya mereka berperan dengan *gender role* yang berlaku di masyarakat. Mereka harus tetap sembunyi dan tidak dapat mengekspresikan serta menjadi dirinya sendiri. Jika seksualitasnya terbongkar atau diketahui oleh rekan kerjanya, kerap kali mereka mendapat perlakuan diskriminasi dan di-*bully*. Kaum LGBT yang terbuka mengenai seksualitasnya biasanya diterima bekerja di tempat-tempat yang dianggap cocok baginya. Sebagai contoh, seorang trans ditolak bekerja di berbagai perusahaan dan diterima bekerja di sebuah salon kecantikan.

### **Kekerasan**

Menurut APA (2016), kekerasan adalah bentuk ekstrim dari agresi dan dapat berasal dari berbagai hal seperti frustrasi, *exposure* pada media yang menampilkan kekerasan, kekerasan di lingkungan sekitar atau bahkan ada kecenderungan untuk melihat perilaku orang lain adalah perilaku bermusuhan (*hostile*). Faktor-faktor yang dapat meningkatkan kekerasan adalah ejekan, provokasi, mengonsumsi minuman keras dan faktor lingkungan seperti panas dan kepadatan yang berlebihan (*overcrowding*). Pemerintah Newfoundland & Labrador di Kanada (2015) menyatakan bahwa kekerasan adalah hasil pola perilaku yang dilakukan untuk mengontrol keluarga, anggota rumah tangga, *partner* intim, rekan, individu atau kelompok. Walaupun biasanya korban mengenali pelaku (sebagai teman, keluarga, dll.), pelaku kekerasan juga bisa merupakan orang asing.

Terdapat sembilan (9) jenis kekerasan, yaitu kekerasan fisik, emosional, seksual, psikologis, finansial, spiritual, verbal, budaya, dan pengabaian (*neglect*). Berdasarkan wawancara dengan pihak Arus Pelangi, kaum transgender kerap mendapatkan kekerasan fisik dari aparat kepolisian (Satpol PP). Kaum LGBT juga seringkali mendapat intimidasi di tempat kerja ketika lingkungan kerja mengetahui identitas seksual mereka dan status HIV karyawan tersebut. Terkait kekerasan verbal, hal tersebut terjadi pada LGBT di Indonesia di media sosial. Berdasarkan penelitian "*Minoritisasi LGBT di Indonesia: Cyberbullying pada Akun @DenaRachman*" (Putri, 2015,) ditemukan bahwa Dena Rachman, seorang selebriti transgender, kerap mendapatkan komentar negatif di akun media sosial Instagram miliknya. Komentar-komentar negatif tersebut mengandung bahasa kasar dan perkataan vulgar yang berkenaan pada identitasnya sebagai transgender.

Kesulitan penerimaan yang dialami kaum LGBT tidak hanya terjadi di lingkungan masyarakat, namun juga di keluarga. Menurut Laporan LGBT Nasional Indonesia, kaum LGBT kerap kali tidak dapat benar-benar mengekspresikan diri yang sesungguhnya karena masih adanya rasa enggan dan ragu di dalam

keluarga. Di sisi lain, menurut penelitian yang dilakukan Arus Pelangi pada tahun 2013, 76,4% kaum LGBT pernah mengalami kekerasan dari keluarga mereka sendiri. Kekerasan yang dialami misalnya adalah diusir, dikucilkan, dasingkan, dituntut menikah dan dipaksa menikahi orang yang tidak benar-benar dicintainya. Kekerasan yang dialami oleh kaum LGBT juga dirasakan dari satpol PP, berupa kekerasan fisik. Selain itu, keberadaan kaum LGBT membuat keluarga menutup atau menarik diri dari masyarakat (Arfanda, 2015). Hal tersebut dapat terjadi karena keluarga di Indonesia sebagian besar masih sangat konservatif dan merasa bahwa kaum LGBT merupakan sebuah aib. Berbeda dengan keluarga Eropa, tingkat penerimaan kaum LGBT dalam keluarga kian meningkat dari waktu ke waktu (Giddens, 2009; Arfanda, 2015).

### **Uses and Gratifications**

Teori *Uses and Gratification* pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Katz (2002). Teori ini percaya bahwa pengguna media merupakan khalayak aktif, yang artinya mereka secara aktif memilih media dan konten untuk mencapai sesuatu atau memenuhi kebutuhan pribadinya. Terdapat 5 asumsi dasar mengenai teori ini, yaitu:

1. Khalayak dianggap aktif, penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Pengguna media massa memiliki inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media.
3. Kebutuhan tersebut tergantung pada lingkungan maupun pengalaman belajar konsumen, sehingga media harus memahami cara pemenuhan kebutuhan tersebut.
4. Khalayak secara aktif mencari media yang spesifik dapat memenuhi kebutuhannya.
5. Khalayak secara aktif memilih konten media yang dapat memberikan kepuasan atas pemenuhan kebutuhannya.

Suara Kita menggunakan berbagai media sosial sebagai alat mediasi dan sosialisasi. Hal tersebut didasarkan pada fungsi dasar masing-masing media sosial itu sendiri. Setiap media sosial menjangkau masyarakat melalui hal yang berbeda. Suara Kita menggunakan *youtube* yang digunakan untuk mengunggah dokumentasi, kisah hidup dan hiburan berupa video. Facebook untuk mengunggah foto-foto *meme* dan video, sedangkan twitter untuk menyebarkan link dari *website* dan *youtube*. Terakhir adalah *website*, digunakan untuk mengunggah artikel, berita dan informasi dasar mengenai lembaga. Setiap media diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat penggunaannya, sebagai contoh seseorang mencari informasi seputar LGBT melalui artikel di *website*. Setiap media dapat memberikan jenis dan konten informasi yang berbeda, sesuai dengan kebutuhan netizen yang beragam.

## **Metode**

Metode pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah studi literatur. Studi literatur dilakukan sebagai dasar yang dapat menjelaskan fenomena serta rancangan intervensi. Studi literatur yang dilakukan bersumber dari buku dan jurnal penelitian.

Metode selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara. Wawancara yang dilakukan adalah kepada pihak Arus Pelangi dan Suara Kita, sebagai upaya untuk mendapatkan data seputar angka kekerasan dan ketidakadilan yang dialami kaum LGBT serta gambaran permasalahannya. Narasumber wawancara adalah PDH selaku penanggung jawab divisi Litbang lembaga Arus Pelangi. Wawancara dilakukan melalui *e-mail* dikarenakan beliau sedang berada di luar negeri, sehingga tidak memungkinkan untuk bertemu langsung. Sedangkan wawancara kepada Suara Kita dilaksanakan selama proses magang berlangsung.

Peneliti juga melakukan observasi pada beberapa aktivitas Suara Kita antara lain adalah diskusi film, sidang Mahkamah Konstitusi, diskusi bersama narasumber dan rapat editorial. Observasi tersebut diharapkan dapat menjadi pembelajaran bagi peneliti mengenai strategi intervensi, tantangan dan kondisi nyata yang dihadapi kaum LGBT di Indonesia. Tidak hanya itu, peneliti juga melakukan observasi berupa tinjauan pada laman media sosial Suara Kita. Media sosial yang ditinjau adalah Facebook, Twitter, Youtube dan website. Peneliti meninjau konten dan analitik dari setiap media sosial tersebut. Melalui analitik akan didapatkan data mengenai *traffic* dari masing-masing website (*likes*, komentar, *subscribers*, *followers*, data pengunjung, dsb.).

## **Hasil Analisis**

Menurut Outcome Mapping yang telah peneliti rancang, bahwa rancangan intervensi ditujukan kepada *boundary partners* yang berada disekitar kaum LGBT dan peneliti sendiri yaitu *netizen*, pemerintah, dan tokoh agama. Ketiga aktor tersebut merupakan aktor aktif yang masih melakukan diskriminasi terhadap LGBT dengan secara langsung maupun tidak langsung, walaupun tidak dapat digeneralisasikan tetapi masih ditemukan yang mempunyai perilaku negatif antar manusia dengan manusia lainnya. Adapun, Organisasi Suara Kita, tempat peneliti melakukan kegiatan magang, dijadikan sebagai mitra strategis yang mendukung rancangan intervensi dan bekerja bersama peneliti.

Hasil analisis yang dilakukan peneliti pada saat melakukan proses magang yang berlangsung selama satu bulan yaitu dari awal hingga akhir bulan November 2016, dihasilkan bahwa terdapat empat media sosial yang dimiliki oleh organisasi Suara Kita yaitu sosial media twitter, facebook, youtube, dan website Suara Kita.

1. Menurut *twitter analytics*, mayoritas *follower* akun @suarakita\_ov berasal dari Jakarta, dan berada dalam rentang usia 25-34 tahun. *Engagement rate* akun twitter Suara Kita juga masih sangat rendah, yaitu 0.9%. Hal ini menunjukkan bahwa akun @suarakita\_ov sangat jarang berinteraksi dengan *followers*-nya. Jika dibandingkan dengan akun sebuah LSM lokal dan akun sebuah LSM internasional yang sama-sama bergerak di bidang media dan berfokus pada perjuangan hak LGBT, akun @suarakita\_ov masih tertinggal jauh dalam jumlah *follower*. Namun, hal yang baik adalah @suarakita\_ov memiliki konten yang lebih beragam dibandingkan dengan dua akun LSM lainnya, dan juga mengintegrasikan akun @suarakita\_ov dengan saluran YouTube milik Suara Kita. Kemudian, berdasarkan *survey* yang telah dilakukan, mayoritas menyebutkan bahwa mereka menyukai konten liputan karena informatif, namun kurang menyukai kultwit dan kutipan-kutipan karena dianggap kurang relevan dan/ kurang kontekstual. 50% partisipan menemukan Suara Kita dengan *browsing* sendiri, sementara 50% lainnya menemukan Suara Kita melalui teman.
2. Media sosial facebook dijadikan sarana berbagi cerita oleh para netizen pengguna facebook. Mereka mengeluh terkait dengan keberhinaan hidup sebagai LGBT. Ditemukan lebih dari satu atau dua pengguna facebook yang mempunyai keinginan untuk bercerita mengungkap jati diri mereka ditengah masyarakat yang heterogen. Selain itu juga, terbukti bahwa Suara Kita memiliki kerabat kerja yang cukup meluas di Indonesia. Dilihat dari pertanyaan-pertanyaan netizen pengguna facebook yang bertanya tentang isu LGBT di kota tempat mereka tinggal. Suara Kita mengarahkan mereka ke sumber-sumber komunitas LGBT yang sesuai.
3. Suara Kita memilih Youtube sebagai sarana dokumentasi dan edukasi berbentuk video. Kanal Youtube Suara Kita memiliki 1.123 *subscribers* dan telah mengunggah sebanyak 361 video. Sampai saat ini total *view* kanal ini adalah 866.375 sejak pertama kali bergabung ke dalam Youtube. Menurut statistik yang ada, 75% penonton video Youtube Suara Kita adalah laki-laki dan sisanya perempuan, namun tidak dapat diketahui seksualitasnya. Konten-konten yang diunggah Suara Kita ada beberapa macam, yaitu dokumentasi, pengalaman hidup, wawancara dan hiburan (film pendek). Video yang paling banyak diakses adalah seputar *life story* atau pengalaman-pengalaman hidup, dan hal tersebut terlihat konsisten. Konsisten yang dimaksud adalah *views* video mengenai pengalaman hidup tersebut selalu lebih tinggi dari tema-tema yang lain. Video-video dokumentasi (contoh: Judicial Review Sidang MK) cenderung memiliki *views* yang rendah, tidak mencapai 100. Hal tersebut menunjukkan kesenjangan yang cukup jauh jika dibandingkan dengan video bertema pengalaman hidup yang bisa mencapai ratusan bahkan ribuan *views*. Melalui video-video yang diunggah, terlihat bahwa Suara Kita tidak memakai teknik dan strategi tertentu untuk menarik penonton. Konsistensi waktu pengunggahan video juga tidak terlihat, tidak ada jadwal tertentu dalam mengunggah. Pada bagian kolom komentar, penonton kurang aktif dalam berkomentar dan memberikan opini. Beberapa komentar yang ada masih

bersifat mendiskriminasi dan mengomentari atas dasar kepercayaannya. Komentar-komentar yang positif dan mendukung kurang terlihat pada kolom-kolom tersebut.

4. Peneliti juga menganalisis dari salah satu media elektronik yang digunakan oleh Suara Kita yaitu *website*. *Website* ini dapat diakses melalui <http://www.suarakita.org/>. Dalam *website* Suara Kita ada berbagai konten seperti, berita (nasional, internasional, liputan, siaran pers), foto-foto kegiatan, opini, referensi (buku, film, OV zine), serta sastra (cerpen dan puisi). Konten yang ditampilkan dalam *website* Suara Kita merupakan edukasi terkait isu diskriminasi pada LGBT. Selain itu peneliti melakukan analisis berdasarkan komentar yang ada pada *website* Suara kita yaitu kurang lebih terdapat 15.921 komentar dengan jumlah 4.155 post. Hanya 1.067 komentar yang diterima dan 14.854 komentar lainnya termasuk dalam kategori *spam* karena tidak menyangkut dengan isu gender dan seksualitas. Hal ini juga merupakan bentuk dari tindakan preventif Suara Kita agar tidak memicu provokasi dan memberikan *social support* terhadap kaum LGBT.

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka peneliti mendapat pokok permasalahan bahwa keberadaan media sosial Suara Kita belum terlalu diakui keberadaannya oleh masyarakat secara luas atau dalam hal ini berkaitan dengan *netizen*, pemerintah, dan pemuka agama. Informasi-informasi positif yang diunduh ke dalam akun media sosial Suara Kita kurang menarik perhatian karena konten dan keterbatasan waktu bagi para pekerja yang ada di organisasi Suara Kita sendiri. Sesuai dengan hasil analisis yang peneliti lakukan, maka peneliti merumuskan sebuah rancangan intervensi.

### **Rekomendasi Rancangan Intervensi**

Rancangan intervensi didesain mengikuti struktur dari teori *behavior change communication*, *outcome mapping*, dan *social learning* sebagai bentuk rekomendasi peneliti kepada organisasi Suara Kita agar dapat meningkatkan mutu dan kualitas yang sudah dibuat sebelumnya.

*Outcome mapping* (OM) atau perencanaan perubahan masalah adalah metode untuk mengukur, memonitor, dan mengevaluasi program intervensi untuk mengadakan perubahan sosial yang bisa dipertahankan (*sustainable*). OM terdiri dari 12 langkah dalam tiga tahap; rencana terarah, monitoring hasil dan penampilan, serta perencanaan evaluasi. Berikut langkah-langkah dalam Rencana Terarah:

1. Menentukan visi (perubahan secara besar)
2. Menentukan misi (fokus dari visi, bagaimana program kerja berkontribusi pada visi)
3. Mitra langsung adalah individu/kelompok/organisasi yang berinteraksi langsung dengan program dan dapat diantisipasi kesempatan untuk berpengaruh
4. Perubahan Utama mendeskripsikan perubahan perilaku yang diinginkan
5. Penanda kemajuan adalah pernyataan-pernyataan yang menjelaskan langkah-langkah menuju perubahan perilaku dalam mitra langsung menuju perubahan utama



6. Peta strategi adalah kumpulan strategi yang digunakan untuk mendukung perubahan di mitra langsung
7. Praktek organisasi menjelaskan bagaimana tim intervensi mengorganisir dan menjalankan misi.

Dalam hal ini, *mitra langsung* adalah lembaga Suara Kita, *netizen*, dan kaum LGBT, sebab mereka berpengaruh dan berinteraksi langsung dengan program intervensi rancangan peneliti.

Teori belajar *social cognitive* yang dikembangkan oleh Albert Bandura ini menjelaskan bagaimana pola perilaku tertentu diadopsi. Pribadi seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan lingkungan, yang kemudian mempengaruhi perilakunya. Menurut Bandura, prasyarat yang paling penting bagi seseorang untuk merubah perilakunya adalah adanya *self-efficacy*. *Self-efficacy* adalah keyakinan dalam diri seseorang bahwa dia mampu menerapkan perilaku tertentu (Bandura, 1978). Seseorang akan termotivasi dan cenderung mengimitasi suatu perilaku yang dirasa lebih berpeluang untuk berhasil dilakukan (Bandura, 1978). Hal tersebut dapat menjelaskan perilaku agresif seseorang terhadap kaum LGBT. Seseorang akan berada di posisi yang lebih diterima oleh masyarakat heteronormatif apabila menunjukkan ketidaksetujuannya pada kaum LGBT. Sebagai makhluk sosial, penerimaan di masyarakat dan rasa menjadi bagian darinya merupakan salah satu kebutuhan emosional manusia (McMillan, 1986). Jika seseorang menunjukkan dukungannya terhadap kaum LGBT, perilaku tersebut tidak akan mendapatkan umpan balik yang baik dari masyarakat, dalam konteks ini maka dianggap tidak berhasil.

*Social Learning Theory* oleh Bandura (1977) menegaskan bahwa individu belajar dari mengamati tindakan orang lain dan manfaat dari tindakan-tindakan tersebut. Teori ini berkembang dari *social cognitive theory* yang telah dijelaskan diatas. Menurut Bandura, individu dapat belajar melalui tindakan mengamati orang lain dalam tiga cara: ketika ada orang (model) yang menunjukkan perilaku yang diharapkan, ketika seseorang secara verbal memerintahkan mereka bagaimana membuat suatu perubahan perilaku yang diharapkan, dan ketika mereka mencontoh karakter nyata atau fiksi di media yang menunjukkan perilaku yang diharapkan (Bandura, 1977). Orang yang menjadi acuan (*role model*) biasanya merupakan seseorang yang berpengaruh atau *powerful*. Dalam rancangan intervensi, peneliti memberikan rekomendasi untuk melibatkan seseorang berpengaruh atau *powerful* untuk mendukung program. Seseorang berpengaruh dapat berupa figur publik seperti artis, tokoh agama atau pejabat negara yang mendukung. Dukungan yang ditunjukkan oleh figur publik tersebut diharapkan dapat mempengaruhi orang-orang yang mendukung mereka (contoh: *followers* pada media sosial figur publik tersebut).

*Behavioral Change Communication* (BCC) adalah suatu proses yang memotivasi orang untuk mengadopsi dan mempertahankan perilaku sehat dan gaya hidup. Bentuk alat BCC yang digunakan dalam penelitian adalah langkah-langkah bekerja dengan media pemberitaan. Dalam kaitan ini, Suara Kita adalah media pemberitaan. Alat ini dapat membantu peneliti untuk bekerja bersama media untuk menjangkau publik.

Dalam kaitan ini, Suara Kita juga telah berusaha untuk menyampaikan pesan, gagasan, dan informasi secara edukatif kepada kelompok LGBT melalui media-media online yang ada seperti *youtube*, *twitter*, *facebook*, serta *website*, dan diharapkan dapat menimbulkan pengaruh positif perubahan tingkah laku si penerima, baik itu kaum LGBT maupun netizen. Teori BCC ini juga terkait dalam tujuan dari Suara Kita guna menciptakan masyarakat yang inklusif. Diharapkan adanya perubahan perilaku netizen/masyarakat sehingga mampu menerima berbagai bentuk keberagaman dan keberbedaan serta mengakomodasinya ke dalam berbagai tatanan maupun infrastruktur yang ada di masyarakat. Berikut langkah-langkah dalam intervensi, berdasarkan teori BCC:

Langkah pertama adalah untuk mengumpulkan informasi dan mempertajam pemahaman terkait subjek pembahasan. Dalam penelitian ini, kelompok melakukan hal tersebut dengan membuat analisis sosial terhadap kaum LGBT di Jakarta dan menjalani kuliah praktek di LSM Suara Kita. Bagian dari kegiatan kuliah praktek di Suara Kita adalah membuat analisis terhadap situs dan media sosial milik Suara Kita, juga menghadiri aktivitas-aktivitas berupa diskusi bersama tokoh-tokoh, sesi menonton film bersama, dan mengikuti sidang terkait penggugatan pasal LGBT di Mahkamah Konstitusi. Langkah kedua adalah menyusun strategi, dan dalam penelitian ini strategi inilah yang akan menjadi rancangan intervensi. Pertama, kelompok menentukan *goal*, tujuan, serta indikator untuk intervensi. Kelompok memilih *netizen* untuk menjadi target utama rancangan intervensi, sebab mereka sendiri merupakan bagian dari *audience* utama dari LSM Suara Kita. Berdasarkan analisis dari teori *outcome mapping*, target dalam satu tahun ke depan untuk netizen adalah berkurangnya komentar negatif. Maka itu, *goal* rancangan intervensi adalah memunculkan sikap positif dalam netizen di media sosial. *Goal* ini juga dapat dikaitkan dengan salah satu tujuan Suara Kita, yaitu: mengembangkan pengetahuan publik tentang LGBT terkait media informasi, pendidikan kritis kebudayaan, serta perubahan kebijakan. Terkait tujuan, perlu diingat bahwa berdasarkan keseluruhan analisis media sosial dan situs Suara Kita, jumlah *audience* Suara Kita masih sedikit. Suara Kita sendiri juga belum memiliki sekumpulan ‘pengikut setia’ dalam media sosialnya. Maka itu, tujuan dari rancangan intervensi adalah meningkatkan efektivitas pengembangan pengetahuan publik tentang LGBT. Indikator rancangan intervensi adalah peningkatan dalam fitur-fitur statistik milik situs dan media sosial (Google Analytics, Twitter Analytics, dll.), serta berkurangnya komentar negatif dalam laman-laman media sosial dan situs Suara Kita. Kedua, kelompok menentukan peranan dalam rancangan intervensi, peraturan, prosedur, *budget* dan logistik, *timing*, serta kontak-kontak. Untuk peranan, Suara Kita dapat mereferensikan atau mengajak kerjasama LSM-LSM lain yang fokus pada perjuangan hak LGBT sebagai *partner*. Dalam proses intervensi, Suara Kita juga dapat menentukan peran sesuai jabatan yang dimiliki di organisasi. Karena Suara Kita adalah *news media* dan memuat isu sensitif. *Audience* utama rancangan intervensi adalah *netizen* berusia 25-34 tahun (berdasarkan analisis, individu dalam usia tersebut merupakan bagian mayoritas dari data). Materi intervensi yang akan diberikan bersikap positif di internet

dan terhadap LGBT. Kelompok memilih memakai media *video* karena sifatnya *audio visual*, mudah untuk disebarkan, dan lebih banyak generasi *millennial* (yang merupakan bagian dari target rancangan intervensi) yang menonton video (Forbes, 2015). Empat buah *video* pendek akan diunggah tiap minggu dalam satu bulan. Durasi setiap *video* akan kurang dari 3 menit (berdasarkan prinsip media persuasi yang dapat menarik perhatian dan memunculkan keterikatan terhadap masyarakat yang menikmatinya), dan akan diluncurkan pada bulan Mei 2017. Kelompok memilih bulan tersebut karena akan ada perayaan *International Day Against Homophobia and Transphobia* (IDAHOT) dalam bulan itu, sehingga harapannya *video* bisa mendapatkan lebih banyak perhatian dari publik karena konten cukup terkait dengan perayaan IDAHOT. Untuk *budget* dan logistik, peralatan dan perlengkapan yang dapat digunakan adalah laptop/komputer, serta kamera dan aplikasi mengedit *Video*. *Policies* atau peraturan terkait intervensi adalah penggunaan bahasa, untuk menghindari penggunaan kata yang ofensif. Kontak-kontak yang dapat dihubungi untuk diajak berkolaborasi adalah *news media* atau LSM lain yang memiliki fokus pada perjuangan hak LGBT, serta tokoh-tokoh yang merupakan *ally*/ pendukung.

Langkah ketiga adalah menentukan timnya. Dalam tahap ini, Suara Kita dapat menentukan siapa anggotanya yang tepat untuk menjadi penanggung jawab dari program intervensi (membuat *video*) dan menentukan tim kerjanya. Langkah keempat adalah *preparing and delivering messages*, yang dalam hal ini berarti persiapan dan distribusi *video*. Menggunakan pendekatan SOCO (*single overriding communication objective*), tim dapat menentukan judul *video* atau mungkin deskripsi yang tepat sesuai dengan materi intervensi, yang merupakan inti dari pesan (bersikap positif di internet dan terhadap LGBT). Sebelum mengunggah *video*, tim juga dapat melakukan *pre-test* bersama ahli-ahli. Ahli terkait bisa berupa individu yang memiliki kemahiran dengan media video atau individu yang memiliki pengetahuan mengenai etika penggunaan internet yang positif dan terhadap LGBT. *Pre-test* dilakukan untuk memastikan pesan dalam video berhasil tersampaikan, dan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan adalah pesan yang tepat. Terkait distribusi, Suara Kita dapat mengintegrasikan *video* tersebut di media sosial lain yang dimiliki Suara Kita. Misalnya, jika Suara Kita mengunggah video di YouTube, maka tautan video dapat dicantumkan dan diumumkan di situs, Twitter, dan Facebook Suara Kita. Jika video dilakukan secara kolaboratif bersama pihak lain, pihak lain juga dapat diminta untuk membantu menyebarkan video tersebut. Langkah terakhir adalah evaluasi dan monitoring, yang dilakukan untuk memastikan tujuan program tercapai sesuai indikatornya. Evaluasi dilakukan dengan melihat kembali apakah ada peningkatan statistik dalam fitur-fitur *analytics* media sosial dan situs Suara Kita, serta membandingkan hasil dengan tujuan intervensi untuk melihat apakah sudah sesuai. Evaluasi juga bisa dilakukan dengan meminta testimoni dari publik. Monitoring dilakukan dengan terus menerus *me-review* hasil video, jadwal, pengeluaran, cara kerja (*performance*), serta menyesuaikan jadwal bila perlu agar bisa konsisten dengan *goals* dan tujuan yang telah ditetapkan. Jika video dilakukan secara kolaboratif dengan pihak lain, maka

Suara Kita dapat terus membina hubungan dengan pihak tersebut dan tidak lupa berterimakasih atas kesediaan mereka untuk ikut terlibat.

### **Daftar Pustaka**

Arfanda, F., & Anwar, S. (2015). *Konstruksi sosial masyarakat terhadap waria*. *KRITIS: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*,1(1), 93-102.

Ariyanto, & Triawan, Rido. 2008. *Jadi kau tak merasa bersalah!?, studi kasus diskriminasi dan kekerasan terhadap kaum LGBTI*. Jakarta Selatan: Citra Grafika.

Bandura, A., & Walters, R. H. (1977). *Social learning theory*.

Bandura, A. (1978). *Social learning theory of aggression*. *Journal of communication*, 28(3), 12-29. Chicago

Bronfenbrenner, Urie. 1994. *Ecological models of human development*. Oxford: Elsevier.

Chaplin, J.P. (2009). *Kamus lengkap psikologi*, penerjemah Kartini Kartono. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Earl, Sarah, Carden, Fred, & Smutylo, Terry. 2001. *Outcome mapping*. Canada: International Development Research Center.

Fulthoni, dkk. (2009). *Memahami Diskriminasi*. Jakarta: ILRC.

Guerrero, Anna Leon. 2016. *Social problems: Community, policy, and social action (5th edition)*. United States of America: SAGE.

Guetschow, Katy. (1996). *The manang bali: An examination of the iban gender system and the construction of a third gender*. Oregon: Reed College.

Kaplan, Caren. (1987). *Deterritorializations: The rewrite of home and exile in western feminist discourse*. University of Minnesota Press.

Khumaini, A. (2015, Juli 5). Fasilitas Wadam, Ali Sadikin gubernur DKI 'paling ramah' pada LGBT. Retrieved September 28, 2016, from <https://www.merdeka.com/peristiwa/fasilitas-wadam-ali-sadikin-gubernur-dki-paling-ramah-pada-lgbt>.

McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). *Sense of community: A definition and theory*. *Journal of community psychology*, 14(1), 6-23.

Riyadi, Eko, Soeprapto, Enny, & Rizki, Rudi M.. 2012. *Vulnerable groups: Kajian dan mekanisme perlindungannya*. Yogyakarta: PUSHAM UII.

Peletz, Michael G. 2009. *Gender pluralism: Southeast asia since early modern times*. United Kingdom: Routledge.

USAID. 2013. *Hidup sebagai LGBT di asia: Laporan nasional indonesia*.

Wibowo, Istiqomah, Pelupessy, Dicky C., & Narhetali, Erita. 2013. *Psikologi komunitas*. Indonesia: LPSP3.

Zuhra, W. U. N. (2013). *Citra homoseksual dalam media massa online nasional*. Diakses 2 Desember, 2016 dari <http://202.0.107.5/index.php/flow/article/view/1598/910>

Putri, S.A.R. (2015). *Minoritisasi LGBT di Indonesia: Cyber Bullying pada Akun Instagram @Denarachman*. Diakses 28 November, 2016 dari [download.portalgaruda.org/article.php?article=363904&val=1308&title=MINORITISASI LGBT DI INDONESIA: CYBER BULLYING PADA AKUN INSTAGRAM @denarachman](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=363904&val=1308&title=MINORITISASI%20LGBT%20DI%20INDONESIA%3A%20CYBER%20BULLYING%20PADA%20AKUN%20INSTAGRAM%20@denarachman)

Deprez, S. *Contextualizing Outcome Mapping in Bahasa Indonesia*. Diakses 2 Desember 2016 dari [http://www.outcomemapping.ca/download/steff.deprez\\_en\\_20090930-OM%20in%20Indonesian-DeprezShatifan.pdf](http://www.outcomemapping.ca/download/steff.deprez_en_20090930-OM%20in%20Indonesian-DeprezShatifan.pdf)

## **Rekomendasi Individual untuk Masalah Diskriminasi Kaum LGBT di Jakarta**

**(Maya Martha Setianingrum 2013.070.271)**

Membahas tentang permasalahan sosial bukanlah sesuatu hal yang mudah. Melihat bahwa permasalahan sosial yang diangkat berangkat dari kelompok minoritas. Kelompok minoritas yang saya dan kelompok saya pilih adalah dari kaum LGBT. Saya diajak untuk melihat dengan menganalisa diskriminasi yang dialami oleh kaum LGBT khususnya yang tinggal di Jakarta.

Saya mendapat pengalaman dan pembelajaran baru dari kegiatan magang di organisasi non-profit Suara Kita. Di sana, saya diberikan tugas untuk menganalisa salah satu media sosial yang Suara Kita miliki yaitu *facebook*. Akun *facebook* yang dimiliki Suara Kita memiliki konten yang beragam, dimulai dari menyuarakan acara-acara yang diadakan oleh Suara Kita, video, dan gambar-gambar yang berbentuk *meme*. Meme yang diunggah cukup menarik karena berisikan kalimat-kalimat membangun dengan cara berpikir yang berbeda dari suatu tokoh terhadap hal-hal yang dapat mengubah cara pandang masyarakat. Selain itu juga, akun *facebook* ternyata dijadikan sarana bagi mereka para *netizen* pengguna *facebook* untuk menceritakan keluh kesah kehidupan mereka sebagai LGBT. Saya diperlihatkan kepada suatu fenomena bahwa di luar sana banyak kaum LGBT yang tidak dapat melakukan kegiatan sehari-harinya karena mendapat tekanan dari pihak keluarga atau lingkungan sekitar. Mereka menjadi harus menutupi diri mereka yang mempunyai orientasi seksual tidak heterogen dan menjadi sulit mendapat pekerjaan. Sebenarnya organisasi Suara Kita tidak bekerja dibidang konseling atau penyalur pekerjaan tetapi Suara Kita mengusahakan sebisa mungkin untuk menanggapi dan membantu mereka yang membutuhkan pertolongan. Hal ini yang dapat menjadi salah satu rekomendasi saya, bahwa lebih baik adanya pekerja konseling yang bertugas untuk menanggapi netizen yang membutuhkan teman cerita dan mencari solusi agar hidup mereka lebih baik.

Saya pun memiliki tugas yang lain, yaitu saya disarankan untuk ikut datang ke dalam sidang MK yang membahas tentang permohonan diadakannya undang-undang yang mengatur tentang kegiatan “*mesum*” yang dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat terutama para LGBT. Dengan mendatangi dan melihat langsung persidangan, saya menjadi belajar bahwa para ahli dari pihak pemohon tidak semuanya benar jika dikaitkan dengan logika orang awam. Para ahli memaparkan hal-hal yang menurut saya aneh untuk dipahami. Selain itu juga saya menyadari bahwa adanya ketidak benaran di dalam pemerintahan Indonesia, bahwa nyatanya seorang hakim memuji paparan yang dibeirkan oleh para ahli yang menandakan bahwa hakim tersebut memihak secara tidak langsung kepada pihak pemohon. Saya melihat adanya perilaku yang tidak profesional terkait dengan kode etik seorang hakim.

Adapun hal lain yang saya pelajari adalah pada saat saya melakukan nonton bersama dengan para LGBT yang terkait dengan film yang ditonton. Pada saat selesai nonton bersama, saya dan para tamu

melakukan diskusi yang menurut saya cukup membuka pemikiran saya. Saat diskusi, saya menyadari bahwa memang benar masyarakat mengidentikkan transgender dengan sesuatu hal yang berkaitan dengan dunia malam dan seksualitas. Nyatanya tidak semuanya demikian, walaupun memang benar sebagian dari mereka bekerja di bidang tersebut tetapi hal tersebut bukan karena ketidak inginan mereka untuk bekerja di dunia pekerjaan yang formal tetapi karena mereka tidak diterima. Di sisi lain, masyarakat tidak menyadari bahwa para LGBT, khususnya transgender, yang hidup normal juga banyak. Media dan perfilman seluruh dunia tidak ada yang berhasil menggambarkannya menjadi hal yang positif sebagai upaya perubahan skema transgender. Sebagai salah satu rekomendasi juga, saya berpikir bahwa lebih baik tayangan film atau apapun yang ada di media yang memiliki unsur LGBT di dalamnya dirubah menjadi penggambaran yang lebih positif dan membangun agar stereotip berubah dan diskriminasi menjadi menurun.

---

### **Rekomendasi Individual untuk Masalah Diskriminasi Kaum LGBT di Jakarta (Lana Aisyah Pense 2013.070.118)**

Berdasarkan pengalaman kuliah praktek di LSM Suara Kita, saya melihat bahwa akun Twitter Suara Kita cukup jarang berinteraksi dengan akun-akun lain. Biasanya, akun @suarakita\_ov cukup membuat 'kultwit' (kuliah twitter) tiap minggu, menampilkan kutipan-kutipan, dan menampilkan tautan yang akan mengantarkan pembaca pada artikel di situs Suara Kita. Padahal, sifat interaktif dari media sosial Twitter dapat digunakan untuk menjangkau publik. Terkait tujuan, mungkin dengan terus menjangkau publik dengan lebih interaktif di Twitter dapat meningkatkan minat publik terhadap isu diskriminasi LGBT dan pada Suara Kita. Meningkatkan minat publik terhadap Suara Kita tentunya akan sangat bermanfaat baik pada keduanya; Suara Kita mungkin dapat memanfaatkan ketertarikan publik dengan mengajak mereka menjadi bagian dari Suara Kita untuk menyumbangkan suara (dan mungkin, dana) mereka. Dengan peningkatan kontribusi, harapannya keterbatasan dana dan SDM pun dapat berkurang, dan tujuan Suara Kita bisa semakin terpenuhi. Berikut contoh-contoh aktivitas interaktif yang dapat diterapkan di akun twitter @suarakita\_ov:

- Melakukan *retweet* terhadap akun-akun lain yang membahas LGBT secara positif, terutama dalam Bahasa Indonesia
- Melakukan *polling* melalui fitur *tweet polls*, konten *polling* bisa berupa bahasan seperti pengalaman, atau bahasan ringan yang sedang menjadi *hot topic* (contoh: 'apakah anda menantikan acara penghargaan Oscars 2017?'). Hasil dari *polling* pun juga dapat dimanfaatkan sebagai inspirasi bahan tulisan untuk situs Suara Kita.
- Melakukan sesi tanya jawab dengan akun twitter seorang ahli yang merupakan pendukung hak LGBT. Akun @suarakita\_ov dapat berperan sebagai penanya dan juga moderator. Peran

@suarakita\_ov sebagai moderator memungkinkan untuk lebih banyak interaksi dengan *followers* dan ahli sebagai jembatan atau pembuka akses di antara keduanya.

- Melakukan *retweet* pada akun lain yang sedang mengadakan acara terkait perjuangan hak LGBT. Harapannya adalah Suara Kita dapat membina hubungan dengan pihak penyelenggara acara, yang mungkin dapat bekerjasama dengan Suara Kita di masa depan.

---

## **Rekomendasi Individual untuk Masalah Diskriminasi Kaum LGBT di Jakarta (Giovana Engracia Sagala 2013.070.303)**

Selama belajar di Suara Kita, saya mendapatkan tugas untuk menganalisa serta memberikan masukan kepada media sosialnya yaitu Youtube. Saya melihat bahwa perkembangan Youtube SuaraKita cukup lambat. *Subscribers* dan *views* cenderung tidak menunjukkan peningkatan yang berarti selama beberapa bulan terakhir. Hal tersebut sangat disayangkan melihat perkembangan Youtube yang pesat di Indonesia. Youtube saat ini menjadi media sosial terbesar kedua di Indonesia, membuatnya dapat menjadi potensi perluasan jangkauan Suara Kita dalam mengedukasi serta sosialisasi.

Stagnasi perkembangan kanal Youtube Suara Kita dapat terjadi karena tidak ada teknik dan strategi khusus yang dilakukan untuk menarik penonton. Melihat masalah yang ada, saya mencari solusi yang sekiranya dapat dilakukan. Dalam pencarian solusi tersebut saya melihat berbagai teknik dan strategi yang digunakan oleh beberapa *youtuber* ternama dengan perkembangan kanal yang baik. Saya tidak hanya mencari solusi secara teoritis namun juga keberhasilan langsung yang terjadi secara nyata di lapangan. Berikut merupakan rekomendasi yang dapat dilakukan guna mengembangkan kanal Youtube Suara Kita:

1. Cari tahu keinginan penonton.

Menurut analisa yang telah dilakukan, video yang paling banyak ditonton adalah mengenai pengalaman hidup (*life story*). Hal ini dapat menjadi langkah pertama yang dilakukan untuk menarik penonton. Cara lain adalah dengan menanyakan langsung kepada penonton mengenai video apa yang ingin mereka tonton berikutnya. Hal ini berhubungan dengan poin selanjutnya.

2. Membuat video interaktif.

Menurut Jon Prusik (Marketing Analyst, Pixability, Inc.), video yang diunggah harus aktif dalam mengikat penontonya. Ajukan pertanyaan dan minta respon/umpan balik pada penonton, sehingga penonton kemudian dapat menuliskannya di kolom komentar. Video yang interaktif akan membuat penonton menjadi lebih terikat karena merasa dilibatkan.

3. Membuat desain *thumbnail* yang menarik.

Ketika suatu video ada di halaman Youtube, *thumbnail* merupakan visual pertama yang terlihat oleh penonton. Membuat *thumbnail* yang menarik perhatian sangatlah penting dalam memancing



calon penonton untuk membuka video tersebut. Hal-hal yang dapat membuat thumbnail lebih menarik antara lain adalah dengan menggunakan jenis tulisan yang menarik dan cukup jelas untuk dibaca. Salah satu aplikasi komputer yang digunakan dan direkomendasikan para *youtuber* untuk membuat thumbnail menarik adalah PicMonkey.

4. Membuat serta mengunggah video berdurasi pendek (< 3 menit).

Kanal Youtube Suara Kita masih memiliki *subscriber* yang tergolong kecil. Selain itu, kesenjangan jumlah *views* pada beberapa video mengindikasikan kurangnya keterikatan komunitas/penonton (*community engagement*) terhadap kanal Suara Kita. Salah satu prinsip persuasi dari Cialdini mengatakan bahwa untuk membuat seseorang berkomitmen, mulai dulu dari menawarkan komitmen-komitmen yang kecil lalu kemudian membesar. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan membuat video berdurasi pendek untuk memperkenalkan terlebih dahulu kepada penonton. Menurut Jon Prusik (Marketing Analyst, Pixability, Inc.), penonton tidak tertarik untuk meluangkan waktunya menyaksikan video yang berdurasi panjang jika belum mengenal kanal tersebut.

5. Minta kepada penonton apa yang anda inginkan.

Pada video yang diunggah minta kepada penonton untuk *subscribe*, *like* atau bahkan menyebarkannya ke media sosial yang mereka miliki. Kemudian beritahu bagaimana cara untuk melakukan hal yang diinginkan. Untuk membuat penonton tertarik melakukannya, permudah caranya. Dalam mempermudah cara (contoh: untuk subscribe atau menonton video lainnya) hal yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan *annotations*. Penonton anda dengan mudah tinggal meng-klik *annotations* tersebut dan langsung terhubung.

6. Maksimalkan penggunaan metadata.

Manfaatkan penggunaan metadata secara optimal. Metadata pada Youtube antara lain adalah judul, deskripsi, *tags* dan kata kunci (*keywords*). Gunakan judul yang singkat dan jelas dan semenarik mungkin. Kotak deskripsi (*description box*) juga perlu diperhatikan agar penonton dapat mengetahui gambaran video dan menerima informasi-informasi tambahan mengenai Suara Kita. Pada kotak deskripsi, informasi tambahan yang perlu diisi adalah gambaran singkat mengenai Suara Kita dan media sosial yang dimiliki. Untuk *tags* dan *keywords* perlu diperhatikan agar pada saat pencarian penonton mudah menemukan video Suara Kita.

7. Konsisten.

Konsistensi yang diperlukan berupa konten dan waktu pengunggahan. Konten yang konsisten (dalam hal ini isu seputar LGBT) dapat membuat penonton mengetahui apa yang dapat diharapkan kedepannya dalam kanal Youtube ini. Selain itu, jadwal pengunggahan juga perlu diperhatikan. Hal ini perlu dilakukan sehingga penonton mengetahui kapan harus mengecek kanal Youtube

Suara Kita untuk menonton video terbaru. Hal terakhir terkait konsistensi adalah mengenai jenis konten tertentu. Jika sudah mengetahui jenis konten video yang sangat disukai penonton (dapat terlihat dari konsistensi tingginya like dan views) maka buat video tersebut secara reguler. Sebagai contoh, video mengenai pengalaman hidup dapat diunggah setiap minggu satu kali.

#### 8. Kolaborasi.

Salah satu prinsip persuasi Cialdini adalah Liking, yaitu menggunakan figur yang menarik untuk mendapatkan perhatian. Implementasinya dalam video Youtube, Suara Kita dapat menghadirkan figur-figur publik untuk menarik penonton dan calon penonton.

---

### **Rekomendasi Individual untuk Masalah Diskriminasi Kaum LGBT di Jakarta**

**(Maria Amelia Della 2013.070.184)**

Rekomendasi terhadap *website* Suara Kita sendiri berfokus pada konten atau penulisan terkait berita-berita seputar seksualitas dan gender. Berdasarkan analisis, masih ditemukan *typo* pada penulisan berita tersebut. Sehingga disarankan bagi divisi pengembangan program untuk ikut pelatihan jurnalistik. Agar dapat menulis lebih baik lagi pada semua media sosial yang digunakan dengan menggunakan bahasa yang formal, namun tetap tidak menghilangkan tujuan, serta bersifat persuasif atau mengajak masyarakat agar mau menerima keberagaman dan perbedaan terkait seksualitas dan gender.

Diharapkan dengan mengikuti pelatihan tersebut, dapat meningkatkan minat netizen/ masyarakat untuk lebih mengenal isu-isu LGBT secara positif melalui karya tulis. Dengan mengetahui siapa target intervensi menurut teori *Behavior Change Communication* (BCC), dalam hal ini sasarannya adalah orang dewasa yang ingin dirubah perilakunya, maka metode yang akan digunakan adalah metode Andragogi yaitu metode pengajaran pada orang dewasa.

Berdasarkan analisis juga tidak ada bagan profil dalam *website* Suara Kita, sehingga disarankan sebaiknya dicantumkan bagan atau profil organisasi agar lebih jelas dan masyarakat lebih mengenal organisasi Suara Kita.