

**STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA  
PENDAMPINGAN LESBIAN DAN GAY  
(STUDI KASUS : YAYASAN PEDULI SAHABAT)**



**NASKAH PUBLIKASI**

Oleh :  
Intan Rafika Sari  
NPM : 20150710070, E-Mail : [intanrafikaa@gmail.com](mailto:intanrafikaa@gmail.com)

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2019**

PENGESAHAN

Naskah publikasi berjudul :

**STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA  
PENDAMPINGAN LESBIAN DAN GAY  
(STUDI KASUS : YAYASAN PEDULI SAHABAT)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Intan Rafika Sari

NPM : 20150710070

Telah dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing dan dinyatakan memenuhi syarat untuk dipublikasikan.

Yogyakarta, 16 Maret 2019

Dosen Pembimbing,



Imam Suprabowo, M.Pd.I

NIK. 19870213201210113043

# **STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA PENDAMPINGAN LESBIAN DAN GAY (STUDI KASUS : YAYASAN PEDULI SAHABAT)**

**Intan Rafika Sari dan Imam Suprabowo, M.Pd.I**

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya (Lingkar Selatan),  
Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183, Telepon (0274) 387656, Faksimile  
(0274) 387646 Website: <http://www.umy.ac.id>*

*Email :*

[Intanrafikaa@gmail.com](mailto:Intanrafikaa@gmail.com)

[Imamsuprabowo@yahoo.co.id](mailto:Imamsuprabowo@yahoo.co.id)

## ***Abstrak***

*Perkembangan media sosial kini berkembang dengan pesat, sehingga fenomena perkembangan lesbian dan gay terus berkembang melalui media sosial. Tetapi, banyak lembaga masyarakat yang kemudian dengan hadirnya media sosial tidak cukup memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai salah satu sarana dalam upaya pendampingan lesbian dan gay. Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi melalui media sosial dalam upaya pendampingan lesbian dan gay dengan studi kasus Yayasan Peduli Sahabat. Bagaimana strategi komunikasi melalui media sosial yang digunakan oleh Yayasan Peduli Sahabat terhadap pendampingan yang dilakukan oleh klien lesbian dan gay, serta hambatan yang dialami oleh Yayasan Peduli Sahabat. Penelitian ini dilakukan dengan cara pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil studi ini menyatakan secara umum Yayasan Peduli Sahabat melaksanakan strategi komunikasi melalui media sosial secara maksimal dengan pelaksanaan sistem yang dikembangkan melalui pesan dan berbagai unggahan media sosial Facebook dan Instagram Peduli Sahabat. Dengan demikian penulis ingin mempresentasikan lebih dalam lagi strategi komunikasi melalui media sosial dalam upaya pendampingan lesbian dan gay studi kasus Yayasan Peduli Sahabat.*

*Kata kunci : strategi komunikasi, media sosial, pendampingan lesbian dan gay.*

## PENDAHULUAN

Komunikasi memiliki peranan yang sangat vital dalam kehidupan bermasyarakat. Seperti hakikatnya, manusia merupakan makhluk sosial saling bergantung antara satu dengan yang lainnya, bahkan manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, sehingga dibutuhkan orang lain guna saling memenuhi kebutuhan antar individu. Pentingnya komunikasi kemudian menjadikan arus globalisasi meningkat tajam. Bukan hanya berkisar pada aspek ekonomi ataupun pendidikan tetapi perkembangan teknologi menjadi sebuah perkembangan yang pesat pada era ini. Setiap perilaku yang dilakukan, tak pernah lepas dari sebuah komunikasi, baik komunikasi secara verbal maupun non verbal.

Perkembangan teknologi kemudain berkembang dengan hadirnya media sosial sebagai salah satu sarana dalam berkomunikasi. Menurut Kementrian dan Informasi (Kemenkominfo) tahun 2013 di Indonesia mencapai 63 juta orang, yang mana pada tingkatan tersebut 95% menggunakan internet untuk media sosial<sup>1</sup>. Sehingga fenomena perkembangan lesbian dan gay semakin berkembang melalui media sosial. Lesbian dan gay berdasarkan perkembangannya LGBT sudah ada sejak 1960, perkembangannya bukan hanya berhenti di era 60-an tetapi justru terus berkembang hingga memasuki era 70-an, 80-an, dan 90-an. Hingga kini, lesbian dan gay sudah menjajah hampir seluruh provinsi di Indonesia, menurut data Kementrian Kesehatan pada 2012 menunjukkan 1.095.970 lelaki berhubungan dengan lelaki (LSL) atau homoseksual<sup>2</sup>.

Melalui media sosial, informasi terkait perkembangan lesbian dan gay ditemukan, bahkan dilansir dari pemberitaan yang ada di Malang, *Jatimtimes* mengungkapkan aksi gay semakin vulgar di media sosial terutama *Facebook*, Komuitas Gay Malang memiliki jumlah pengikut hingga 4.297 akun<sup>3</sup>. Sehingga, tak jarang media semakin marak memberitakan perkembangan lesbian dan gay.

Penggunaan istilah, yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah SSA (*Same Sex Attraction*) yang mana istilah ini digunakan untuk memaparkan seseorang memiliki ketertarikan seksual dengan sesama jenis, SSA juga digunakan untuk

---

<sup>1</sup>[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker) diakses pada Jum'at 16 Maret 2018 pukul 20:00.

<sup>2</sup><https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/01/23/01eag5394-ini-provinsi-dengan-jumlah-gay-terbanyak> diakses pada Selasa, 30 Oktober 2018 pukul 20:00 WIB.

<sup>3</sup><http://m.jatimtimes.com/baca/180709/20181013/131400/di-malang-aksi-komunitas-gay-di-medsos-makin-vulgar/> diakses pada Rabu, 31 Oktober 2018 pukul 21:02 WIB.

mengganti istilah *homosexual orientation* (orientasi homoseksual) dan *bisexual orientation* (orientasi bisexual)<sup>4</sup>. Sehingga, dalam penelitian ini lesbian dan gay yang di maksud dalam penelitian ini yakni mereka yang memiliki orientasi non-heteroseksual, ketertarikan seksual dengan sesama jenis (gender sejenis) baik secara total maupun sebagian.

Dari permasalahan ini, nyatanya media sosial menjadi sebuah media komunikasi yang efektif, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sarana memperoleh informasi, edukasi, kesehatan, dan konsultasi. Bersamaan dengan hal tersebut lesbian dan gay yang menjadi sebuah keresahan bagi masyarakat seharusnya mendapatkan perhatian khusus dari lembaga masyarakat atau pemerintah dalam upaya pendampingan. Sehingga tujuan penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Yayasan Peduli Sahabat dan apa saja hambatan yang dialami.

Oleh karena itu, penulis meneliti strategi komunikasi melalui media sosial dalam upaya pendampingan lesbian dan gay oleh Yayasan Peduli Sahabat sebagai salah satu yayasan yang melakukan pendampingan lesbian dan gay dengan menggunakan media sosial.

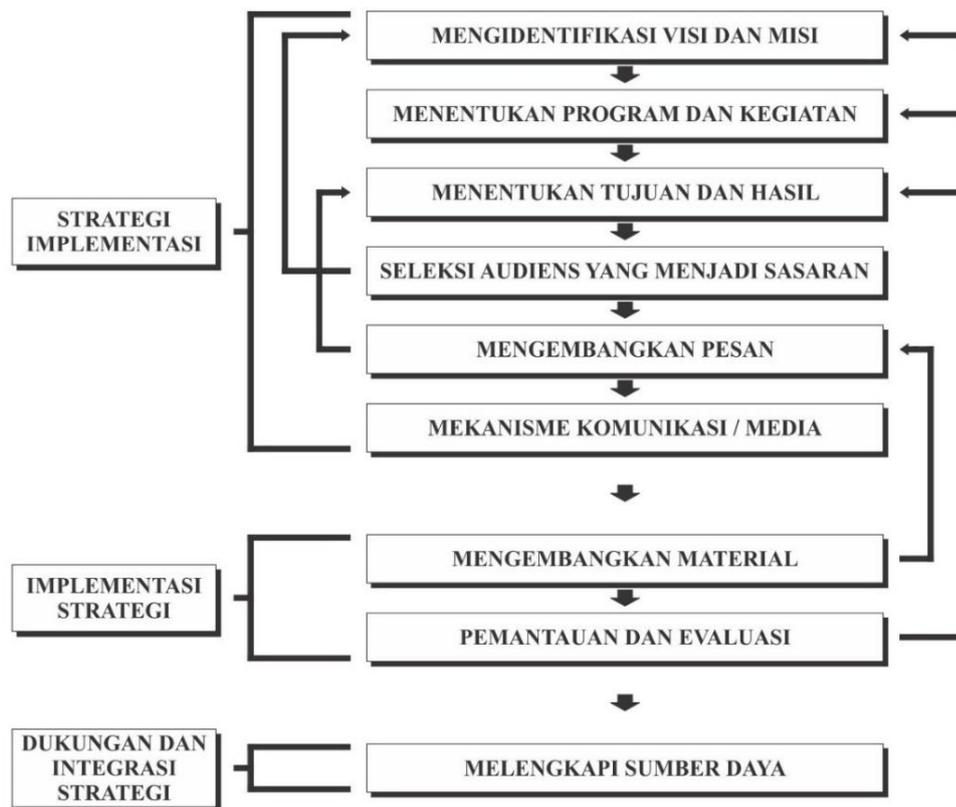
## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini penelitian deskriptif kualitatif yang akan disajikan dalam bentuk kata verbal, bukan dalam bentuk angka. Sehingga nantinya penelitian kualitatif ini akan mendeskripsikan maksud dari sebuah kata. Data tersebut nantinya akan diolah agar menjadi ringkas dan sistematis dari mulai dari hasil observasi, wawancara, rekaman, mengedit, mengklasifikasi, mereduksi, dan menyajikan data-data yang ditemukan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini juga menggunakan teori dari Prof. Dr. Alo Liliweri M.S sebagai pedoman dalam melakukan penelitian. Sehingga, nantinya pengujian dalam kredibilitas penelitian ini meliputi pengoptimalan waktu penelitian, triangulasi, pembuktian dan analisis data dengan cara mereduksi data, menyajikan data, menyajikan data-data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

---

<sup>4</sup>Sinyo Egie, *Anakku Bertanya Tentang LGBT* (Jakarta : PT. Gramedia, 2014), hal. 5.



**Gambar 1,**  
**Bagan Teori Penggunaan Strategi Komunikasi Menurut Prof. Dr. Alo Liliweri,**  
**M.S**

## **PEMBAHASAN**

Yayasan Peduli Sahabat merupakan salah satu lembaga yang bergerak dalam bidang informasi, edukasi, konsultasi, dan pendampingan seputar dunia orientasi seksual serta identitas sosial non heteroseksual. Pada awal berdirinya, Peduli Sahabat merupakan sebuah komunitas yang didirikan serta dikembangkan oleh Agung Sugiarto (Sinyo Egie). Semakin maraknya LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender) yang ada di Indonesia membuat keresahan tersendiri bagi berbagai lapisan masyarakat. Permasalahan ini bukan hanya sekedar permasalahan yang berkaitan tentang informasi hukum dalam keagamaan, maupun sebuah hukum yang berdiri dari negara, dan peraturan yang ada terkait hadirnya minoritas yang ada di negara, semua hal tersebut semata-mata dapat dicari dengan internet secara gratis. Masyarakat membutuhkan sebuah pandangan secara objektif tentang orientasi seksual dan identitas sosial non-heteroseksual. Tepat pada tanggal 19 November 2015 lalu status Komunitas Peduli

Sahabat berubah menjadi Yayasan Peduli Sahabat. Kemudian, memulai berbadan hukum pada 09 Januari 2016<sup>5</sup>.

Pendampingan yang dilakukan oleh Yayasan Peduli Sahabat merupakan pendampingan secara online melalui Facebook dan Instagram sebagai sarana komunikasi. Klien yang menginginkan untuk bergabung dengan Yayasan Peduli Sahabat, memiliki beberapa regulasi untuk dapat melakukan pendampingan. Selain regulasi untuk menjadi klien, terdapat regulasi yang dilakukan untuk menjadi seorang pendamping, karena inti dari pendampingan ini adalah klien dan pendamping. Rangkaian program kegiatan Yayasan Peduli Sahabat terbagi menjadi dua yakni, rutin dan non rutin. Kegiatan rutin merupakan kegiatan pendampingan yang secara rutin dilakukan, kegiatan ini bergantung terhadap kesepakatan klien dan pendamping dalam penentuan waktu online. Sementara itu kegiatan non rutin merupakan kegiatan yang dilakukan diluar Yayasan Peduli Sahabat. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang diadakan oleh pihak luar yang secara langsung berkerja sama dengan Yayasan Peduli Sahabat sebagai narasumber.

a. Strategi Implementasi

Pada strategi komunikasi, terjadi beberapa tahap dalam mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Berdasarkan pelaksanaannya, tahap utama yang dilakukan yakni pada tahap strategi implementasi, tahap ini merupakan tahap pertama yang digunakan guna merancang sebuah implementasi atau tindakan yang nantinya akan digunakan sebagai salah satu cara untuk memperoleh hasil yang di inginkan.

Berdasarkan visinya Yayasan Peduli Sahabat ingin menjadi ‘sahabat’ dalam pendampingan klien yang dilakukannya. Sehingga, ia jelas menggunakan nama “Peduli Sahabat” yang secara simbolis ingin menempatkan posisi kepada klien sebagai seorang sahabat. Sehingga, program dan kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk membantu masyarakat yang ingin kembali pada fitrahnya. Tujuan utama dalam pendampingan melalui media sosial ini bukan untuk menemani klien seumur hidup tapi lebih kepada mengenalkan bagaimana cara menghadapi stimulus negatif yang datang sehari-hari.

---

<sup>5</sup><http://pedulisahabat.org/?p=114> diakses pada Rabu, 16 januari 2019 pukul 16.20 WIB.

Metode dan tahapan pendampingan Yayasan Peduli Sahabat menggunakan beberapa metode dan tahapan, tetapi ada beberapa bagian yang menggunakan tahapan secara khusus. Pendampingan ini kemudian menggunakan metode dengan dasar-dasar Islami, yang mana klien akan didekatkan dan dikuatkan secara rohani. Metode yang digunakan oleh Yayasan Peduli Sahabat dikenal sebagai simulasi sosial. Simulasi ini berarti harus memahami medan atau simulasi secara langsung. Simulasi ini dilakukan sekitar 7-8 bulan, tergantung kepada kondisi klien. Selain simulasi sosial, terdapat pendukung dalam metode dan pendampingan Yayasan Peduli Sahabat yang disebut sebagai support system, yakni kekuatan doa yang diberikan oleh pendamping, sesama komunitas, dan orang lain.

Dalam pendampingan dalam Yayasan Peduli Sahabat, terdapat tiga tahapan yang akan dilalui oleh klien Peduli Sahabat dalam menjalani pendampingan. Pertama, tahap Pra-PR (Pekerjaan Rumah), tahap PR (Pekerjaan Rumah), dan Pasca PR (Pekerjaan Rumah). Tahap Pra-PR merupakan tahap pemetaan dan pembentukan motivasi diri, tahap pertama yang harus dilalui oleh klien. Pada tahap ini klien belum mendapatkan PR (Pekerjaan Rumah) yang nantinya harus diselesaikan. Tahapan ini lebih banyak dalam penggalian data bagi pendamping, data yang dibutuhkan adalah data yang bersifat umum. Kemudian Tahap PR, merupakan tahap kedua yang akan dilalui oleh klien. PR yang diberikan kepada klien terdapat 6 tahapan PR yang harus di selesaikan dimulai dari PR 1 hingga PR 6.



**Gambar 2,**  
**Tahapan Pelaksanaan PR Yayasan Peduli Sahabat**

Terakhir Pasca PR, yakni tahap akhir dalam pendampingan Yayasan Peduli Sahabat. Sehingga tahap ini menjadi tahap bagi klien untuk fokus kepada keluarganya, teknik, seks dan berdoa untuk lebih mendekatkan diri pada Allah dan menjaga keistiqomahan klien.

Selain melakukan pendampingan Yayasan Peduli Sahabat juga memainkan peran media sosial sebagai salah satu strategi dalam upaya pendampingan. Upaya ini dilakukan sebagai salah satu pendorong baik dalam pendampingan maupun sebagai salah satu pengingat klien. Penggunaan media sosial juga salah satu upaya dalam strategi mengenalkan SSA kepada masyarakat yang belum mengetahui dunia SSA. Sehingga, pesan yang ditujukan oleh Yayasan Peduli Sahabat memiliki tujuan memberitahu, memotivasi, mendidik, menyebarkan informasi, dan mendukung pembuatan keputusan.

Media sosial Facebook dan Instagram dimanfaatkan secara maksimal oleh Yayasan Peduli hal ini didukung oleh unggahan yang diberikan melalui media sosialnya merupakan dokumen-dokumen yang wajib dibaca oleh anggota klien Yayasan Peduli Sahabat. Dokumen tersebut merupakan bacaan wajib dan beberapa cerita yang kemudian cerita tersebut dirasa mampu memberikan motivasi, dorongan, serta informasi kepada klien. Sehingga, penguatan yang diberikan berasal pada dasar pondasi dalam sebuah pendampingan, bacaan wajib juga menjadi salah satu bacaan bagi klien yang sebelumnya menginginkan mengikuti pendampingan dari Yayasan Peduli Sahabat. Sehingga, motivasi dan segala informasi di dapatkan dari bacaan wajib tersebut.

Media yang digunakan oleh Yayasan Peduli Sahabat adalah *Facebook* dan *Instagram*. *Facebook* Yayasan Peduli Sahabat dibuat pada tanggal 1 Oktober 2014 dengan menjadikan akun *Facebook* Peduli Sahabat sebagai akun grup tertutup, sehingga hanya orang yang tertentu yang dapat melihat setiap unggahan dan masuk ke dalam grup diskusi Peduli Sahabat. Jumlah anggota yang mengikuti grup tersebut sebanyak 12.977. Berbeda dengan Instagram, akun Instagram Yayasan Peduli Sahabat berjumlah 770 pengikut, dibuat tepat pada tanggal 27 Agustus 2016. Unggahan yang ada pada instagram Peduli Sahabat, hanya berisikan beberapa unggahan motivasi dan beberapa pemberitahuan mengenai Peduli Sahabat serta

beberapa kegiatan Peduli Sahabat. Hasil unggahan tersebut sejauh ini sejumlah 53 postingan.

Selain sarana dalam menyampaikan informasi, media sosial Peduli Sahabat juga sebagai sarana untuk berinteraksi baik bagi sesama anggota maupun interaksi antara anggota dengan penyedia konten (admin) grup Peduli Sahabat. Interaksi yang terus berlangsung di dalam grup baik dalam sebuah unggahan yang terdapat dalam kolom komentar menjadikan salah satu kesempatan dalam melangsungkan simulasi sosial. Simulasi sosial dapat menggambarkan realitas sosial melalui media sosial, selain itu pengguna juga dapat mengekspresikan diri melalui unggahan yang dilakukannya.

#### b. Implementasi Strategi

Tahap kedua dalam strategi komunikasi yakni implementasi strategi, yakni implementasi akan dirubah menjadi sebuah tindakan. Pengembangan materil sangat dibutuhkan dalam proses pendampingan SSA. Hal ini dibutuhkan agar mampu mencapai tujuan yang diinginkan Yayasan Peduli Sahabat. Terutama dengan penggunaan media sosial sebagai sarana berkomunikasi Yayasan Peduli Sahabat harus mampu mengembangkan pesan yang akan disampaikan kepada khlayak.

Unggahan dalam melakukan strategi komunikasi tidak hanya sebatas unggahan secara formal dengan konten yang berhubungan dengan taubat atau bacaan wajib. Yayasan Peduli Sahabat juga mengemas berbagai konten sebagai bahan unggahan dengan konten yang menarik seperti unggahan dalam bentuk 'meme'. Dalam unggahan Instagram diatas, berguna sebagai pengembangan stratgei komunikasi. Yayasan Peduli Sahabat bekerjasama dengan Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) Provinsi Jabar (#Alternativ). Sehingga, beberapa unggahan berisikan beberapa himbauan terkait dengan AIDS.

Sebuah program dan kegiatan yang telah berjalan tidak akan menjadi sebuah program dan kegaitan yang mamadai tanpa adanya pemantauan dan evaluasi. Pemantauan dan evaluasi dilakukan oleh Yayasan Peduli Sahabat secara *online* dengan pengumpulan beberapa berkas yang kemudian akan akan dikumpulkan

secara terpusat. Hal ini tentu saja akan mempermudah Yayasan Peduli Sahabat dalam melangsungkan beberapa kegiatan kedepannya.

Yayasan Peduli Sahabat sudah memiliki sistem yang dapat merekap data yang dimiliki oleh klien. Data tersebut menjadi acuan bagi pendamping untuk melakukan pendampingan dan melihat tolak ukur klien serta perkembangan yang ada pada klien. Pada hal ini, pendamping memiliki grup di *Whatsapp* untuk berinteraksi dengan pendamping lainnya dan mampu bertukar pikiran antara satu dengan yang lain. Sehingga, evaluasi juga dilakukan secara *online*, bukan hanya pendampingan yang mampu dilakukan secara *online*.

### c. Dukungan dan Integrasi Strategi

Segala aspek kegiatan tak lepas dari adanya partisipasi dari sebuah sumberdaya yang mampu mengajak dan membantu jalannya kegiatan dan program. Berkaitan dengan sumber daya yang ada di Yayasan Peduli Sahabat, menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan. Sumber daya yang ada disebut sebagai *volunteer* yang mana *volunteer* ini merupakan orang-orang yang secara sukarela meluangkan ilmu dan waktunya untuk berpartisipasi dengan Yayasan Peduli Sahabat. *Volunteer* yang ada juga tidak diberikan gaji, sehingga murni karena niat untuk membantu sesama.

Akan tetapi, sumber daya ini kemudian menjadikan Yayasan Peduli Sahabat sedikit kesulitan karena sumber daya yang kurang. Banyaknya klien yang meminta untuk melakukan pendampingan, sedangkan jumlah *volunteer* atau pendamping yang ada juga terbatas, menjadikan Yayasan Peduli Sahabat sedikit kesulitan. Sehingga hal ini menyebabkan intensitas yang kurang, dan waktu membalas pesan yang relatif lama karena banyak pesan yang harus di balas dan banyak klien yang didampingi. Tetapi, sejauh ini masing-masing sumber daya bergerak sesuai dengan tugas, pokok, dan fungsi masing-masing. Seperti misalnya, admin secara rutin mengunggah beberapa unggahan yang mampu memberikan semangat kepada klien yang lain. Kemudian, pendamping melakukan pendampingan sesuai dengan jadwal yang telah dilakukan guna melakukan tugasnya sebagai seorang sahabat bagi klien.

#### d. Hambatan dalam Strategi Komunikasi

Berdasarkan strategi komunikasi yang dikatakan oleh Alo Liliweri, M.S dalam praktik pelaksanaan strategi komunikasi melalui tiga tahap yakni strategi implementasi, implementasi strategi, serta dukungan dan integrasi strategi. Setiap pelaksanaan strategi komunikasi, memiliki hambatan dalam implikasi terhadap pelaksanaan strategi komunikasi melalui media sosial. Yayasan Peduli Sahabat, merupakan salah satu lembaga yang melakukan pendampingan lesbian dan gay dengan menggunakan media sosial yakni *Facebook* dan *Instagram*. Komunikator yang berada dalam Peduli Sahabat yakni pendamping, admin grup *Facebook* dan *Instagram* Yayasan Peduli Sahabat.

Menjadi sebuah lembaga yang bergerak dibidang sosial, membutuhkan banyak sumber daya manusia merupakan hal yang utama. terutama Yayasan Peduli Sahabat, banyaknya klien yang datang tetapi kurangnya sumber daya menjadi hambatan yang besar. Sehingga, banyak kegiatan yang kemudian mundur dari tanggal yang telah ditetapkan. Hal tersebut juga berpengaruh kepada proses pendampingan yang tersendat dan tidak *real time* ketika melakukan pendampingan secara *online*.

Kurangnya sumber daya ini kemudian menjadikan beberapa tugas menjadi kurang terorganisir, terutama dengan *basic* pendampingan secara *online*. Sehingga *valunteer* atau pendamping akan menyesuaikan jadwal yang ia miliki dengan pedampingan yang dilakukannya dengan klien. Antara klien dan pendamping masing-masing memiliki kesibukannya masing-masing. Sehingga, banyak diantara mereka yang kemudian terbatas oleh waktu yang mereka miliki. Komunikasi dua arah yang terjadi antara klien dan pendamping akan terjeda dengan masing-masing kesibukan. Terkadang pada jam tersebut klien memiliki kegiatan yang lain, dan pada jam ini pendamping memiliki kesibukan. Sehingga, pendampingan dengan menggunakan media sosial menjadi tertunda dalam berkirim pesan, tertunda oleh masing masing kegiatan.

Media komunikasi Yayasan Peduli Sahabat menggunakan media sosial *Facebook* dan *Instagram* sehingga kekuatan dalam pendampingan dengan kekuatan dalam merangkai kata. Baik kata yang digunakan ketika pendampingan maupun

unggahannya yang disertakan dengan status atau *caption* yang mampu menarik para pembaca. Sehingga, terkadang terjadi kesalahan pemahaman dan beberapa kesalahan dalam menafsirkan pesan antara komunikator dan komunikan.

## **KESIMPULAN**

Yayasan Peduli Sahabat dalam pelaksanaan strategi komunikasi melalui media sosial dalam upaya pendampingan lesbian dan gay melaksanakan seluruh 9 aspek dengan baik. Strategi komunikasi melalui media sosial diimplementasikan secara maksimal dalam proses pendampingan. Hanya saja, dari 9 aspek yang digunakan dalam strategi komunikasi, terdapat kekurangan pada bagian sumber daya dan mekanisme media. Sehingga menyebabkan beberapa kendala yang menghambat dalam proses pelaksanaan strategi komunikasi melalui media sosial Facebook dan Instagram Yayasan Peduli Sahabat. Sedangkan, berdasarkan pelaksanaannya Yayasan Peduli Sahabat memiliki hambatan dalam pelaksanaan strategi komunikasi melalui media sosial dalam upaya pendampingan yakni sumber daya dan mekanisme media. Sehingga, intensitas dalam membalas pesan yang lambat, hal ini kemudian juga merujuk kepada jumlah klien yang ingin melakukan bimbingan melalui media sosial meningkat sedangkan jumlah pendamping/sumber daya sedikit. Kemudian, pemanfaatan media Instagram yang kurang maksimal dibandingkan dengan Facebook, disebabkan kurangnya admin dalam penanganan media Instagram.

## **SARAN**

Sejauh ini strategi komunikasi melalui media sosial *Facebook* dan *Instagram* sudah berjalan dengan baik. Hal itu terlihat dari program yang dimiliki Yayasan Peduli Sahabat, kegiatan, serta tahapan dalam upaya pendampingan Yayasan Peduli Sahabat yang dilakukan dengan sistem simulasi dan pemilihan media sosial *Facebook* dan *Instagram*. Namun, alangkah lebih baiknya Yayasan Peduli Sahabat mulai memikirkan untuk melakukan perekrutan *valunteer* baru dari kalangan mahasiswa yang masih memiliki semangat dan pikiran yang segar. Sehingga dengan adanya mahasiswa yang ikut berpartisipasi dalam Yayasan Peduli Sahabat mampu menjadikan media sosial dengan nuansa baru yang lebih kekinian dan mampu memberikan inovasi baru terkait

dengan perkembangan sistem dan perkembangan dalam memberikan unggahan agar menarik. Dengan adanya *volunteer* yang berasal dari kalangan mahasiswa peneliti menilai Instagram Peduli Sahabat mampu beroperasi secara optimal dan mampu menarik masyarakat dari kalangan remaja untuk peduli dan menambah pengetahuan terhadap dunia SSA (*Same Sex Attraction*). Kemudian, penelitian selanjutnya dapat mengukur dengan sistem kuantitatif sehingga terukur tingkat keefektifan yang mampu diberikan oleh Yayasan dalam upaya pendampingan dengan menggunakan media sosial dan persentase pengaruh unggahan serta bacaan wajib terhadap klien baik klien yang mengikuti pendampingan, maupun anggota grup yang ingin belajar terkait dengan dunia SSA (*Same Sex Attraction*).

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku :

- Depdikbud. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Effendy, O. U. (1995). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Egie, S. (2014). *Anakku Bertanya Tentang LGBT*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Egie, S. (2016). *Loe Gue Butuh Tau LGBT*. Jakarta : Gema Insani.
- Firdaus J. Kundi dan Achmad Herman. (2013). *Pengantar Komunikasi Kesehatan Untuk Mahasiswa Institusi Kesehatan*. Jakarta: IN Media.
- Ismail, N. (2015). *Metodologi Penelitian untuk Studi Islam Panduan Praktik dan Diskusi Isu*. Yogyakarta: LP3M.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makn*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Muhajir, N. (1989). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rakesarasin.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial : Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta :  
Simbiosa.
- Prayitno dan Erman Amti. (1999). *Dasar-dasar Bimbingan dan Konseling*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Rama Azhari & Putra Kencana. (2008). *Membongkar Rahasia Jaringan Cinta Terlarang Kaum Homoseksual*. Jakarta: Hujjah Press.
- Suciati. (2017). *Teori Komunikasi dalam Multi Prespektif*. Yogyakarta: Buku Lentera.
- Suryadi, E. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di era Global*. Yogyakarta: PT. Rosdakarya.
- Sutirna. (2013). *Bimbingan dan Konseling Pendidikan Formal, Non Formal, dan Informal*. Yogyakarta:  
Andi Offset.
- Tim Pusat Hubungan Masyarakat Kementrian Perdagangan RI. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*. Jakarta : Pusat Hubungan Masyarakat.

## Jurnal :

- Ach, M. K. (2004). Agama Peduli Homoseksual : Membebaskan Kaum Homoseksual dari Penindasan Agama. *Jurnal Justisia* .
- Akbar, R. F. (2016). Strategi Komunikasi Media Sosial dalam Program One Day One Juz. *Jurnal Komunikasi*.
- Desy Ratna Arifani, S. K.-I. (2017). Strategi Kampanye Unala dalam Meningkatkan Awareness Remaja Terhadap Isu-Isu Kesehatan Reproduksi dan Seksualitas Melalui Sosial Media dan Komunikasi Penyuluhan Periode 2016 di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*.
- Dianna Rafika Silvia, Dewi Ayu, Ni Kadek Pascarani, . (2017). Strategi Komunikasi Yayasan Gaya Dewata Dalam sosialisasi Layanan VCT di Kalangan Gay. *Jurnal Komunikasi* .
- Fitriyah, N. (2013). Strategi Komunikasi Pengurus Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam Penanggulangan Epidem HIV/AIDS. Vol.2, No.1 .
- Hafidz, M. (2017). Implementasi Konseling dan Psikoterapi Islam Daam Pengembangan Kesadaran Heteroseksual Pada Lesbian dan Gay di Yayasan Peduli Sahabat. Thesis.
- Haryani Irbah, Yulianita Rachma Putri, Dini Salmiyah Fitrah Ali. (2015). Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Brand Indie Mustache and Beard. *Jurnal Komunikasi* , Vol.2, No.3 .
- Ihsan Dacholfany dan Khoirurrijal. (2016). Dampak LGBT dan Antisipasinya. Vol.5, No.1.
- Istiqamah, M. (2017) Strategi Komunikasi Dakwah Radio Streaming (Studi Kasus : Radio Muhammadiyah Yogyakarta). Skripsi.
- Kren I, Fredriksen, dkk. (2014). The Health Equity Promotion Model : Reconceptualization of Lesbi, Gay, Bisexual, dan Transgender (LGBT) Health Disparities. doi : 1037/ort000030.
- Margina, A. (2018). Strategi Komunikasi Jarak Jauh Pada Pasangan Suami Istri (Studi Kasus di Desa Kuta Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang). Skripsi.
- Maryati, L. (2016). Strategi Penggunaan Twitter dalam Kegiatan Promosi Kuliner. *Jurnal Komunikasi*.
- Muttaqin, M. R. (2018). Strategi Komunkasi FKUB (Forum Kerukunan Umat Beragama) dalam Upaya Menjaga Kerukunan Antar Umat Beragama di Kota Yogyakarta. Skripsi.

*Nugraini, O. (2018). Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Sadaqoh Muhammadiyah (LAZISMU)*

*dalam Mendapatkan Donatur (Studi Kasus Lazismu Kota Yogyakarta. Skripsi.*

Renn, K. A. (2010). LGBT and Queer Research in Higher Education : The State and Status of the Field. Vol.39, No. 2.

Rizal, K. (2016). Penanggulangan LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender) (Studi Pemikiran Hukum Pegiat Sosial Keagamaan Ikatan Alumni Timur-Tengah (IKAT) Aceh).

Sean Cahill dan Harvey Makadon. (2013). Sexual Orientation and Gender Identity Data Collection in Clinical Setting and in Electronic Health Records : A Key to Ending LGBT Health Disparities. Vol.1, No. 1.

Sidqin, A. M. Studi Konseling dan Psikoterapi Islam dalam Menangani Santri Berkecenderungan LGBT

(SSA = Same Sex Attraction) di Pondok Pesantren (Studi Kasus di Islamic Centre Piyungan

Yogyakarta. SKripsi.

Siswanto, T. (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. Vol.2, No.1.

#### Internet

(2016, 28 Desember Rabu). Diambil kembali dari  
[https://www.academia.edu/1909697/BAHAYA\\_LGBT](https://www.academia.edu/1909697/BAHAYA_LGBT)

(2018, 16 Maret Jum'at). Diambil kembali dari  
[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pegguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pegguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker)

(2018, 16 Maret Jum'at). Diambil kembali dari  
[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pegguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pegguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker)

(2018, 6 November Selasa). Diambil kembali dari  
<https://katadata.co.id/berita/2018/02/19/pegguna-internet-indonesia-paling-suka-chatting-dan-media-sosial>

(2018, 31 Oktober Rabu). Diambil kembali dari  
<http://m.jatimtimes.com/baca/180709/2018/131400/di-malang-aksi-komunitas-gay-di-medsos-makin-vulgar/>

(2018, 30 Oktober Selasa). Diambil kembali dari  
<https://republika.co.id/berita/nasional/umum/16/01/23/oleaq5394-ini-provinsi-dengan-jumlah-gay-terbanyak>

(2018, 31 Oktober Rabu). Diambil kembali dari  
<https://nasional.tempo.co/read/1053909/survey-smrc-876-persen-masyarakat-menilai-lgbt-ancaman>

(2019, 16 Januari Rabu). Diambil kembali dari  
<http://pedulisahabat.org/?p=114>

(2019, 30 Januari Rabu). Diambil kembali dari  
<https://kbbi.web.id/sahabat>

(2019, 15 Februari Jum'at). Diambil kembali dari  
<https://www.indonesia-investents.com/id/budaya/agama/item69>

(2019, 17 Januari Kamis). Diambil kembali dari  
<https://www.facebook.com.notes/peduli-sahabat/bagaimana-menjadi-klien-peduli-sahabat-update-22-maret-2016/1085342001494580/>