

## BAB. II

### LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

#### 1.1 Tinjauan Pustaka

Dalam upaya mendapatkan hasil maksimal dari penelitian ini tentang “*Strategi Komunikasi melalui Media Sosial dalam Upaya Pendampingan Lesbian dan Gay (Studi Kasus : Komunitas Peduli Sahabat)*” terdapat beberapa pijakan yang sudah dilakukan sebelumnya sehingga penelitian ini dapat melengkapi penelitian sebelumnya. Diantaranya Dinna Rafika Silvia, dkk (2017) dalam penelitiannya yang berjudul *Strategi Komunikasi Yayasan Gaya Dewata Dalam Sosialisasi Layanan VCT di Kalangan Gay*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Yayasan Gaya Dewata dalam melakukan penelitian dalam kalangan gay di Bali, dimana kalangan gay ini cukup menutup diri mereka. Penelitian sebelumnya melakukan pendekatan dengan media sosial, selain menggunakan media sosial sebagai sarana, Yayasan Gaya Dewata juga menggunakan strategi komunikasi seperti menyusun pesan dan menggunakan metode *redundancy* (pengulangan) dan *canaling*<sup>1</sup>. Persaman antara penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti yang akan datang yakni terletak pada objek yaitu strategi komunikasi melalui media sosial. Sedangkan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan datang, penelitian sebelumnya menggunakan layanan VCT sebagai sarana mengantisipasi HIV/AIDS sedangkan peneliti meneliti media sosial sebagai sarana dalam pendampingan lesbian dan gay.

---

<sup>1</sup>Dianna Rafika Silvia, Dewa Ayu, Ni kadek Dewi Pascarani, *Strategi Komunikasi Yayasan Gaya Dewata Dalam Sosialisasi Layanan VCT di Kalangan Gay*. Vol.1 No.1 (2017).

Penelitian oleh Hafidz Mudhori (2017) dalam thesis yang berjudul *Implementasi Konseling dan Psikoterapi Islam Dalam Pengembangan Kesadaran Heteroseksual Pada Lesbian dan Gay di Yayasan Peduli Sahabat Serpong Tangerang*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab terjadinya orientasi SSA dan bagaimana penerapan konseling dan psikoterapi Islam pada Yayasan Peduli Sahabat Serpong. Penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi seksual terjadi pada faktor internal dan eksternal klien. Selain itu, pendampingan dengan pendamping sesama gender akan memudahkan konselor dalam menangani orientasi seksual, sehingga pendampingan jauh lebih mudah dan menjadi lebih efektif. Implementasi yang terlihat dalam Yayasan Peduli Sahabat terlihat dari kedekatan klien dengan konselor<sup>2</sup>. Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni, terletak pada lokasi penelitian yang sama yakni Yayasan Peduli Sahabat. Sementara itu, perbedaan antara kedua penelitian ini yakni, objek yang akan diteliti. Penelitian sebelumnya meneliti implementasi konseling dan psikoterapi Islam dalam pengembangan kesadaran heteroseksual lesbian dan gay, sementara penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terkait dengan strategi komunikasi media sosial Yayasan Peduli Sahabat

Haryani Ibrah, dkk (2015) dalam penelitiannya yang berjudul "*Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Band Indie Mustache and Beard*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi band indie Mustache and Beard melalui media sosial serta mengetahui kelebihan dan kekurangannya. Metode yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif.

---

<sup>2</sup>Hafidz Mudhori, *Implementasi Konseling dan Psikoterapi Islam Dalam Pengembangan Kesadaran Heteroseksual Pada Lesbian dan Gay di Yayasan Peduli Sahabat*. Thesis (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

Penelitian ini mengambil kesimpulan, strategi komunikasi sebagai komunikasi band indie menjadi salah satu strategi yang membuat sasaran komunikasi tertarik dan mudah menjangkau khalayak secara luas<sup>3</sup>. Terutama dengan penggunaan media sosial yang dinilai mampu menarik minat masyarakat luas. Persamaan antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada strategi komunikasi yang menggunakan media sosial sebagai objek penelitian. Sedangkan, perbedaan antara dua penelitian ini yakni, media sosial digunakan oleh penelitian sebelumnya untuk promosi, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yakni klien yang telah melakukan pendampingan dalam Yayasan Peduli Sahabat.

Reza Fahlefi Akbar (2016) dalam skripsinya yang berjudul *Strategi Komunikasi Media Sosial Dalam Program One Day One Juz*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi media sosial program *One Day One Juz* (ODOJ) dari segi pencapaian, implementasi, dan evaluasi strategi serta untuk mengetahui analisis SWOT yang ada dalam program ini. Metode yang digunakan oleh penelitian terdahulu adalah dengan menggunakan kualitatif deskriptif<sup>4</sup>. Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yakni terletak pada strategi komunikasi melalui media sosial. Sedangkan, perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yakni pada subjek penelitian. Penelitian terdahulu meneliti tentang program *One Day One Juz* sedangkan peneliti meneliti terkait dengan upaya pendampingan lesbian dan gay pada Yayasan Peduli Sahabat.

---

<sup>3</sup> Haryani Irbah, Yulianita Rachma Putri, Dini Salmiyah Fitrah Ali, *Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Brand Indie Mustache and Beard*. Vol.2, No.3 Desember 2015.

<sup>4</sup> Reza Fahlefi Akbar, *Strategi Komunikasi Media Sosial dalam Program One Day One Juz*, Skripsi (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016).

Penelitian selanjutnya oleh Lilis Maryati dalam skripsi yang berjudul *Strategi Komunikasi Penggunaan Twitter dalam Kegiatan Promosi Kuliner*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh akun *twitter* @TongkronganSolo dalam melakukan persuasi kepada pengguna *twitter* untuk melakukan promosi terkait dengan makanan khas Solo<sup>5</sup>. Persamaan penelitian antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni terletak dengan strategi komunikasi dengan penggunaan media sosial. Sedangkan perbedaan yang ada terletak pada subjek penelitian, penelitian terdahulu yakni dengan akun *twitter* yang menargetkan *followers twitter* akun @TongkronganSolo, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni terkait dengan upaya pendampingan lesbian dan gay, dengan media sosial yang berupa *Facebook* dan *Instagram*.

Kristen A. Renn dalam penelitiannya yang berjudul *LGBT and Queer Research in High Education*. Penelitian ini bertujuan untuk menggunakan *queer teori* sebagai media penyembuhan LGBT. Penelitian ini menunjukkan bahwa LGBT merupakan sebuah penyimpangan sosial yang dapat disembuhkan dengan menggunakan *queer teori* yang digunakan dalam jenjang pendidikan<sup>6</sup>. Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni terletak pada subjek penelitian yakni terkait dengan LGBT. Sedangkan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian sebelumnya terletak dari objek penelitian yakni penelitian sebelumnya menggunakan *queer teori* sebagai media pendampingan, sedangkan peneliti

---

<sup>5</sup> Lilis Maryati, *Strategi Komunikasi Penggunaan Twitter dalam Kegiatan Promosi Kuliner*, Skripsi (Universitas Sebelas Maret, Suarakarta, 2016).

<sup>6</sup> Kristen A. Renn, *LGBT and Queer Research in Higher Education : The State and Status of the Field*. Vol.39, No. 2.

menggunakan media sosial sebagai strategi yang dilakukan dalam upaya pendampingan.

Dessy Ratna Arifani (2017) dalam skripsinya yang berjudul *Strategi Kampanye Unala dalam Meningkatkan Awareness Remaja terhadap Isu-Isu Kesehatan Reproduksi dan Seksualitas melalui Media Sosial dan Komunikasi Penyuluhan Periode 2016 di Yogyakarta*. Tujuan penelitian ini yakni mengetahui strategi kampanye Unala dalam meningkatkan *awareness* remaja melalui sosial media, komunikasi penyuluhan dan jaringan komunitas. Hasil dari penelitian ini yakni strategi komunikasi yang digunakan Unala sudah maksimal karena mampu meraih target secara maksimal dengan menggunakan media sosial, komunikasi penyuluhan dan jaringan komunitas<sup>7</sup>. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni terletak pada strategi komunikasi yang digunakan dalam penelitian. Sedangkan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni terkait dengan objek penelitian, penelitian sebelumnya peneliti menggunakan kampanye sebagai upaya dalam meningkatkan *awareness* remaja terhadap isu kesehatan, maka penelitian yang akan dilakukan peneliti yakni terletak pada upaya pendampingan yang dilakukan melalui media sosial.

Selanjutnya penelitian oleh Neka Fitriyah (2013) dalam skripsinya yang berjudul *Strategi Komunikasi Pengurus Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam Penanggulangan Epidem HIV/AIDS di Provinsi Banten*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pengurus Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam penanggulangan epidem HIV/AIDS di Provinsi Banten dengan

---

<sup>7</sup> Desy Ratna Arifani, *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) (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017).

meninjau dari variabel pesan dan media yang digunakan. Sementara itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi ini dikemas secara berbeda dan spesifik. Pola komunikasi yang digunakan menggunakan pola komunikasi individu dan kelompok, kemudian media yang digunakan dalam strategi komunikasi, yakni dengan media konvensional, elektronik, dan konvergen<sup>8</sup>. Persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian sebelumnya terletak pada strategi komunikasi dalam sebuah kelompok yang dilakukan dalam upaya penanggulangan. Sementara itu, perbedaan yang ada dalam penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni subjek penelitiannya, penelitian sebelumnya adalah masyarakat Provinsi Banten, sementara peneliti akan meneliti klien yang mengikuti bimbingan dari Yayasan Peduli Sahabat dalam upaya pendampingan.

Penelitian selanjutnya oleh Khairul Rizal (2016) dalam skripsinya berjudul *Penanggulangan LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender)*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pandangan Islam terkait dengan LGBT juga mengetahui pandangan dan pemikiran sosial keagamaan IKAT (Ikatan Alumni Timur Tengah) Aceh dalam penanggulangannya. Hasil dari penelitian ini, peneliti mengambil kesimpulan bahwa LGBT merupakan penyimpangan sosial, sehingga kehadirannya akan membuat resah masyarakat Aceh. Kemudian, perilaku yang tidak mau bergaul kepada masyarakat karena takut membongkar identitas mereka, membuat persepsi yang berbeda pada masyarakat pada umumnya<sup>9</sup>. Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak

---

<sup>8</sup> Neka Fitriyah, *Strategi Komunikasi Pengurus Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam Penanggulangan Epidem HIV/AIDS*, Vol.2, No.1, Mei, 2013.

<sup>9</sup> Khairul Rizal, *Penanggulangan LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender)* (Studi Pemikiran Hukum Pegiat Sosial Keagamaan Ikatan Alumni Timur-Tengah (IKAT) Aceh). Skripsi tidak di terbitkan. (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2016).

pada subjek penelitian yakni LGBT. Sementara perbedaan antara penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya yakni terletak dalam tujuan penelitian. Peneliti sebelumnya bertujuan untuk mengetahui pandangan Islam serta pemikiran soal keagamaan IKAT dalam upaya penanggulangan LGBT, sedangkan peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi dan hambatan komunikasi Komunitas Peduli Sahabat melalui media sosial dalam upaya pendampingan lesbian dan gay.

Penelitian oleh Ihsan Dacholfany dan Khoirurrijal (2016) dalam penelitiannya yang berjudul *Dampak LGBT dan Antisipasinya di Masyarakat*. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak LGBT dan antisipasinya. Hasil dari penelitian ini, peneliti mengambil kesimpulan bahwa LGBT merupakan masalah yang kehadirannya memberikan dampak buruk terhadap masyarakat Indonesia. Sehingga, harus adanya peninjauan peraturan tentang perilaku LGBT, dan mendirikan pusat kegiatan yang mampu membantu kalangan LGBT kembali kepada jalan yang benar<sup>10</sup>. Persamaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni terletak pada subjek penelitian. Sementara itu, perbedaan antara kedua penelitian ini terlihat dari objek penelitian, penelitian sebelumnya meneliti terkait dengan dampak LGBT yang akan terjadi dalam masyarakat luas, sementara itu penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terkait dengan upaya pendampingan yang dilakukan oleh Yayasan Peduli Sahabat dengan menggunakan media sosial.

Kemudian, penelitian oleh Muhammad Rijjal Muttaqin dalam skripsinya yang berjudul *Strategi Komunikasi FKUB (Forum Kerukunan Umat Beragama) dalam Upaya Menjaga Kerukunan Antar Umat Beragama di Kota Yogyakarta* yang

---

<sup>10</sup> Ihsan Dacholfany dan Khoirurrijal, *Dampak LGBT dan Antisipasinya*, Nizham, Vol.05, No.1 Januari-Juni 2016.

bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi FKUB dalam upaya menjaga kerukunan antar umat beragama<sup>11</sup>. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni terletak pada strategi komunikasi yang menjadi dasar sebagai penelitian. Sedangkan, perbedaan yang ada dalam kedua penelitian yakni subjek yang berbeda, penelitian yang sebelumnya bersubjek FKUB dalam upaya menjaga kerukunan antar umat beragaman, sedangkan peneliti bersubjek pada Yayasan Peduli Sahabat dalam upaya pendampingan dengan strategi komunikasi melalui media sosial.

Penelitian oleh Adkhilna Mudkhola Sidqin dalam skripsinya yang berjudul *Studi Konseling dan Psikoterapi Islam dalam Menangani Santri Berkecenderungan LGBT (SSA = Same Sex Attraction di Pondok Pesantren (Studi Kasus di Islamic Centre Piyungan Yogyakarta)*, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan kecenderungan SSA dan faktor-faktor penyebab munculnya serta menggambarkan pelaksanaan konseling dan psikoterapi Islam dalam menangani santri yang memiliki kencerungan tersebut<sup>12</sup>. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni terdapat dalam objek penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan studi konseling dan psikoterapi dalam penelitiannya, sementara peneliti menggunakan strategi komunikasi melalui media sosial. Kemudian, persamaan antara penelitian ini yakni terletak pada subjek penelitian yakni subjek yang memiliki kecenderungan LGBT (SSA = *Same Sex Attraction*).

---

<sup>11</sup> Muhammad Rijjal Muttaqin, *Strategi Komunikasi FKUB (Forum Kerukunan Umat Beragama) dalam Upaya Menjaga Kerukunan Antar Umat Beragama di Kota Yogyakarta*. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

<sup>12</sup> Adkhilna Mudkhola Sidqin, *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 (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017).

Penelitian oleh Okta Nugraini dalam skripsinya yang berjudul Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Sadaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) dalam Mendapatkan Donatur (Studi Kasus Lazismu Kota Yogyakarta) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi lazismu dalam mendapat donatur serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi komunikasi<sup>13</sup>. persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni persamaan dalam pemilihan objek yakni strategi komunikasi. Sementara itu, perbedaan yang dimiliki oleh kedua penelitian ini yakni subjek dalam penelitian, penelitian terdahulu menggunakan subjek yakni lazismu sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah Yayasan Peduli Sahabat dalam upaya pendampingan, serta menggunakan strategi komunikasi melalui media sosial.

Penelitian oleh Apriyanti Margina, dalam skripsinya yang berjudul Strategi Komunikasi Jarak Jauh Pada Pasangan Suami Istri (Studi Kasus di Desa Kuta Kecamatan Belik Kabupaten Pematang) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi jarak jauh pada suami istri serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dengan menggunakan pendekatan kualitatif<sup>14</sup>. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang yakni terletak pada objek penelitian yakni strategi komunikasi. Sedangkan, perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang yakni terletak pada subjek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan subjek suami istri di Desa Kuta Kecamatan Belik Kabupaten Pematang, sedangkan penelitian yang akan dilakukan

---

<sup>13</sup> Okta Nugraini, *Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Sadaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) dalam Mendapatkan Donatur (Studi Kasus Lazismu Kota Yogyakarta)*. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

<sup>14</sup> Apriyanti Margina, *Strategi Komunikasi Jarak Jauh Pada Pasangan Suami Istri (Studi Kasus di Desa Kuta Kecamatan Belik Kabupaten Pematang)*. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

oleh peneliti yakni Yayasan Peduli Sahabat, serta strategi komunikasi yang dilakukan melalui media sosial.

Kemudian penelitian oleh Mar'atul Istiqamah, dalam skripsinya yang berjudul *Strategi Komunikasi Dakwah Radio Streaming (Studi Kasus : Radio Muhammadiyah)*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi radio Muhammadiyah dalam dakwah melalui radio streaming. Penelitian ini dilakukan karena mengingat perkembangan internet yang sangat pesat, sehingga tak jarang banyak masyarakat yang kini menggunakan internet, hal tersebut menjadi sebuah peluang dalam melaksanakan dakwah<sup>15</sup>. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yakni pada objek penelitian yaitu strategi komunikasi. Sedangkan, perbedaan antara kedua penelitian yaitu terletak pada subjek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan subjek radio muhammadiyah dalam layanan *streaming*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bersubjek Yayasan Peduli Sahabat, dengan strategi komunikasi melalui media sosial.

Terdapat beberapa keterkaitan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yakni dalam hal strategi komunikasi melalui sosial media juga dengan keterkaitan terkait LGBT. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni terkait strategi komunikasi melalui sosial media dalam upaya pendampingan lesbian dan gay yang dilakukan Yayasan Peduli Sahabat.

---

<sup>15</sup> Mar'atul Istiqamah, *Strategi Komunikasi Dakwah Radio Streaming (Studi Kasus : Radio Muhammadiyah)*. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017).

Berikut ini dapat dilihat tabel perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan

No	Penelitian	Perbandingan dengan Peneliti
1	Dinna Rafika Silvia, dkk, Strategi Komunikasi melalui Media Sosial dalam Upaya Pendampingan Lesbian dan Gay (Studi Kasus : Komunitas Peduli Sahabat) <sup>16</sup> .	Persamaan : Dalam penentuan objek yaitu strategi komunikasi melalui media sosial. Perbedaan : Layanan VCT sebagai sarana mengantisipasi HIV/AIDS.
2	Hafidz Mudhori, Implementasi Konseling dan Psikoterapi Islam Dalam Pengembangan Kesadaran Heteroseksual Pada Lesbian dan Gay di Yayasan Peduli Sahabat Serpong Tangerang <sup>17</sup> .	Persamaan : Lokasi penelitian yakni Yayasan Peduli Sahabat. Perbedaan : Dalam penentuan objek yaitu implementasi konseling dan psikoterapi Islam.
3	Haryani Ibrah, dkk, Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi <i>Band Indie Mustache and Beard</i> <sup>18</sup> .	Persamaan : Dalam penentuan objek yaitu strategi komunikasi media sosial. Perbedaan : Media sosial digunakan sebagai media promosi.

<sup>16</sup> Dianna Rafika Silvia, Dewa Ayu, Ni kadek Dewi Pascarani, *Strategi Komunikasi Yayasan Gaya Dewata Dalam Sosialisasi Layanan VCT di Kalangan Gay*. Vol.1 No.1 (2017).

<sup>17</sup> Hafidz Mudhori, Implementasi Konseling dan Psikoterapi Islam Dalam Pengembangan Kesadaran Heteroseksual Pada Lesbian dan Gay di Yayasan Peduli Sahabat. Thesis (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

<sup>18</sup> Haryani Irbah, Yulianita Rachma Putri, Dini Salmiyah Fitrah Ali, *Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Brand Indie Mustache and Beard*. Vol.2, No.3 Desember 2015.

4	Reza Fahlefi Akbar, Strategi Komunikasi Media Sosial Dalam Program <i>One Day One Juz</i> <sup>19</sup> .	<p>Persamaan : Dalam penentuan objek yaitu strategi komunikasi.</p> <p>Perbedaan : Dalam subjek penelitian yaitu program One Day One Juz.</p>
5	Lilis Maryati, Strategi Komunikasi Penggunaan Twitter dalam Kegiatan Promosi Kuliner <sup>20</sup> .	<p>Persamaan : Dalam objek penelitian yaitu strategi komunikasi.</p> <p>Perbedaan : Dalam subjek yang menargetkan pengikut akun twitter.</p>
6	Kristen A. Renn, <i>LGBT and Queer Research in High Education</i> <sup>21</sup> .	<p>Persamaan : Dalam subjek penelitian yang berkaitan dengan lesbian dan gay.</p> <p>Perbedaan : Penelitian sebelumnya dengan menggunakan queer teori sebagai media pendampingan.</p>
7	Dessy Ratna Arifani, Strategi Kampanye Unala dalam Meningkatkan Awareness Remaja terhadap Isu-Isu Kesehatan Reproduksi dan Seksualitas melalui Media Sosial dan Komunikasi	<p>Persamaan : Dalam objek penelitian yaitu strategi komunikasi.</p> <p>Perbedaan : Menggunakan strategi komunikasi sebagai strategi kampanye, dan subjek penelitian yaitu remaja di Yogyakarta.</p>

<sup>19</sup> Reza Fahlefi Akbar, *Strategi Komunikasi Media Sosial dalam Program One Day One Juz*, Skripsi (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016).

<sup>20</sup> Lilis Maryati, *Strategi Komunikasi Penggunaan Twitter dalam Kegiatan Promosi Kuliner*, Skripsi (Universitas Sebelas Maret, Suarakarta, 2016).

<sup>21</sup> Kristen A. Renn, *LGBT and Queer Research in Higher Education : The State and Status of the Field*. Vol.39, No. 2.

	Penyuluhan Periode 2016 di Yogyakarta <sup>22</sup> .	
8	Neka Fitriya, Strategi Komunikasi Pengurus Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam Penanggulangan Epidem HIV/AIDS di Provinsi Banten <sup>23</sup> .	Persamaan : Dalam objek penelitian yaitu strategi komunikasi. Perbedaan : Dalam subjek penelitian yaitu masyarakat Provinsi Banten.
9	Khairul Rizal, Penanggulangan LGBT ( <i>Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender</i> ) <sup>24</sup> .	Persamaan : Dalam subjek penelitian mengenai lesbian dan gay. Perbedaan : Dalam tujuan penelitian yaitu mengetahui pandangan Islam serta pemikiran keagamaan IKAT dalam upaya penanggulangan LGBT.
10	Ihsan Dacholfany dan Khoirurrijal, Dampak LGBT dan Antisipasinya di Masyarakat <sup>25</sup> .	Persamaan : Dalam subjek penelitian yang berkaitan dengan lesbian dan gay. Perbedaan : Tujuan penelitian yang terkait pada dampak LGBT dan

<sup>22</sup> Desy Ratna Arifani, *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) (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017).

<sup>23</sup> Neka Fitriyah, *Strategi Komunikasi Pengurus Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) dalam Penanggulangan Epidem HIV/AIDS*, Vol.2, No.1, Mei, 2013.

<sup>24</sup> Khairul Rizal, *Penanggulangan LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender) (Studi Pemikiran Hukum Pegiat Sosial Keagamaan Ikatan Alumni Timur-Tengah (IKAT) Aceh)*. Skripsi tidak diterbitkan. (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2016).

<sup>25</sup> Ihsan Dacholfany dan Khoirurrijal, *Dampak LGBT dan Antisipasinya*, Nizham, Vol.05, No.1 Januari-Juni 2016.

		antisipasinya.
11	Muhammad Rijjal Muttaqin, Strategi Komunikasi FKUB (Forum Kerukunan Umat Beragama) dalam Upaya Menjaga Kerukunan Antar Umat Beragama di Kota Yogyakarta <sup>26</sup> .	Persamaan : Dalam objek penelitian yakni strategi komunikasi. Perbedaan : Dalam subjek penelitian yakni FKUB dalam upaya menjaga kerukunan antar umat beragama.
12	Adkhillna Mudkhola Sidqin, Studi Konseling dan Psikoterapi Islam dalam Menangani Santri Berkecenderungan LGBT (SSA = Same Sex Attraction di Pondok Pesantren (Studi Kasus di Islamic Centre Piyungan Yogyakarta) <sup>27</sup> .	Persamaan : Dalam subjek penelitian yakni meneliti terkait dengan lesbian dan gay (SSA). Perbedaan : Dalam objek penelitian yakni studi konseling dan psikoterapi.
13	Okta Nugraini, Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Sadaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) dalam Mendapatkan Donatur (Studi Kasus Lazismu Kota Yogyakarta) <sup>28</sup> .	Persamaan : Dalam objek penelitian yakni terkait strategi komunikasi. Perbedaan : Dalam subjek penelitian yaitu Lazismu Yogyakarta.

<sup>26</sup> Muhammad Rijjal Muttaqin, *Strategi Komunikasi FKUB (Forum Kerukunan Umat Beragama) dalam Upaya Menjaga Kerukunan Antar Umat Beragama di Kota Yogyakarta*. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

<sup>27</sup> Adkhillna Mudkhola Sidqin, *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 (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017).

<sup>28</sup> Okta Nugraini, *Strategi Komunikasi Lembaga Zakat Infaq dan Sadaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) dalam Mendapatkan Donatur (Studi Kasus Lazismu Kota Yogyakarta)*. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

14	Apriyanti Margina, Strategi Komunikasi Jarak Jauh Pada Pasangan Suami Istri (Studi Kasus di Desa Kuta Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang) <sup>29</sup> .	<p>Persamaan : Dalam objek penelitian yakni strategi komunikasi.</p> <p>Perbedaan : Dalam subjek penelitian yakni pasangan suami istri di Desa Kuta Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang.</p>
15	Mar'atul Istiqamah, Strategi Komunikasi Dakwah Radio Streaming (Studi Kasus : Radio Muhammadiyah) <sup>30</sup> .	<p>Persamaan : Dalam objek penelitian yakni strategi komunikasi.</p> <p>Perbedaan : Dalam subjek penelitian yakni radio <i>streaming</i> Muhammadiyah.</p>

---

<sup>29</sup> Apriyanti Margina, *Strategi Komunikasi Jarak Jauh Pada Pasangan Suami Istri (Studi Kasus di Desa Kuta Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang)*. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

<sup>30</sup> Mar'atul Istiqamah, *Strategi Komunikasi Dakwah Radio Streaming (Studi Kasus : Radio Muhammadiyah)*. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017).

## 1.2 Kerangka Teori

### 1.2.1 Strategi Komunikasi

Strategi merupakan sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen dalam pencapaian tujuan. Tetapi dalam pelaksanaannya, strategi tidak bisa hanya berjalan seperti peta yang kemudian menunjukkan segala arah tujuan, tetapi strategi ini kemudian dinilai sebagai suatu proses yang juga kemudian mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional<sup>31</sup>. Adapun komunikasi berasal dari Bahasa Inggris yang berarti *communication*, berasal dari bahasa latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini berarti adalah sama makna<sup>32</sup>. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, dan gagasan) antara satu pihak dengan pihak yang lainnya, yang mana kedua pihak tersebut dapat memahami pesan yang disampaikan<sup>33</sup>.

Hal ini kemudian, juga menjadi dasar sebuah strategi dalam komunikasi. Sehingga, dalam strategi komunikasi, ada sebuah tujuan yang dicapai sebagai *output*. Dalam pencapaian tujuan dalam komunikasi yakni sebagai perubahan sikap, perubahan pendapat, perilaku, dan sosial<sup>34</sup>. Lantas dalam pencapaian tujuan ada yang disebut sebagai perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi. Strategi komunikasi kemudian, memiliki sebuah pertimbangan yang mampu menunjukkan sebuah operasional secara praktis, dalam artian

---

<sup>31</sup> Onong Uncjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1995), hal. 32.

<sup>32</sup> *Ibid.*, hal. 9.

<sup>33</sup> Firdaus J. Kunoli dan Achmad Herman, *Komunikasi Kesehatan Untuk Mahasiswa Institusi Kesehatan* (Jakarta : In Media, 2013), hal. 17.

<sup>34</sup> Onong Uncjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1995), hal. 9.

bahwasannya pendekatan yang dilakukan dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kondisi dan situasi<sup>35</sup>.

#### 1.2.1.1 Komponen Komunikasi

Ketika menyusun sebuah rencana dalam strategi komunikasi, diperlukan sebuah pemikiran dan pandangan terkait apa saja yang kemudian menjadi perhitungan dan faktor apa saja yang kemudian akan menjadi pendukung dan penghambat serta komponen-komponen komunikasi. Menurut Harold D. Lasswell (1948) terdapat 5 komponen dalam komunikasi diantaranya<sup>36</sup> :

- a. *Who?* (Siapa Komunikatornya)
- b. *Says what?* (pesan apa yang dinyatakannya)
- c. *In which channel?* (media apa yang digunakannya)
- d. *To whom?* (siapa komunikannya)
- e. *With what effect?* (efek apa yang diharapkannya)

#### 1.2.1.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Ketika membayangkan strategi komunikasi, tentu saja selalu ada tujuan yang ingin dicapai dan jenis materil apa yang dipandang dapat memberikan kontribusi dengan tercapainya tujuan ini. setiap tujuan tentu akan berkaitan dengan aspek kegiatan yang dilakukan, adapun tujuan utama strategi komunikasi yakni<sup>37</sup> :

---

<sup>35</sup> Onong Uncjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1995), hal.32.

<sup>36</sup> Dr. Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis dan Teori dan Praktis di Dunia Global* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2018), hal.31.

<sup>37</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 248.

1. Memberitahu (*Announcing*)

Tujuan utama dari strategi komunikasi adalah *announcing*, yaitu memberitahu tentang kapasitas dan kualitas informasi. Sehingga, informasi yang akan diberikan kepada komunikan sedapat mungkin berkaitan dengan informasi utama dari sedemikian penting. Hal tersebut akan memudahkan komunikan dalam menerima pesan yang akan disampaikan.

2. Memotivasi (*Motivating*)

Salah satu tujuan dari sebuah strategi komunikasi adalah memotivasi, yakni mampu memberikan sebuah motivasi bagi masyarakat. Sehingga, masyarakat akan terpengaruh dengan pesan yang telah disampaikan.

3. Mendidik (*Educating*)

Tujuan lain dari strategi komunikasi adalah mendidik (*educating*). Setiap informasi yang diberikan kepada masyarakat, haruslah menjadi sebuah informasi yang mendidik agar menjadi sebuah informasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Terutama jika informasi tidak hanya sekedar pemberitahuan atau memotivasi semata-mata tetapi mengandung unsur pendidikan.

4. Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Salah satu tujuan strategi komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada masyarakat atau *audiens*. Informasi yang disebarkan diusahakan merupakan informasi yang aktual serta informasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat.

## 5. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Strategi komunikasi yang terakhir adalah strategi yang mampu mendukung dalam pembuatan keputusan. Sebuah informasi yang telah dikumpulkan, dikategorikan, dianalisis, sedemikian rupa akan mempermudah dalam pembuatan keputusan.

### 1.2.1.3 Praktik Strategi Komunikasi

Berdasarkan pelaksanaannya, strategi komunikasi memiliki tiga esensi utama yang mampu meringkaskan dalam pelaksanaan strategi komunikasi. Menurut Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S praktik strategi komunikasi terdiri dari tiga esensi utama, yaitu<sup>38</sup> :

#### 1. Strategi Implementasi

Tahap utama dalam praktik strategi komunikasi yakni adanya sebuah implementasi yang meliputi berbagai hal dalam pelaksanaannya. Pada tahap utama ini, sebuah strategi komunikasi meliputi 8 komponen, antara lain :

##### a. Mengidentifikasi visi dan misi.

Misi merupakan sebuah cita-cita ideal yang ingin di capai oleh sebuah organisasi. Pada hal ini, visi hanya dijabarkan dengan beberapa kata yang mengandung sebuah tujuan, harapan, dan cita-cita ideal dalam sebuah organisasi<sup>39</sup>. Dari rumusan sebuah visi, maka akan dirumuskan misi yang menjabarkan cita-cita ideal tersebut.

---

<sup>38</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 249.

<sup>39</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 249.

b. Menentukan program dan kegiatan.

Program dan kegiatan merupakan sebuah rangkaian aktifitas yang harus dikerjakan, program dan kegiatan merupakan sebuah penjabaran dari misi.

c. Menentukan tujuan dan hasil.

Tujuan dan hasil didefinisikan dengan baik dan dapat diukur serta membantu dalam memandu rencana aksi yang diterapkan. Sehingga, setiap program dan kegiatan secara ideal akan memiliki tujuan dan hasil yang ingin diraih dalam pelaksanaannya dan berbagai target yang dicapai.

d. Seleksi audiens yang menjadi sasaran.

Sasaran komunikasi merupakan salah satu kunci dalam pelaksanaan strategi komunikasi, hal tersebut karena adanya klasifikasi target audiens yang dimiliki oleh setiap organisasi. Sehingga, dalam pelaksanaannya organisasi menentukan kategori yang diinginkan dalam sasaran komunikasi, sehingga komunikasi berjalan sesuai dengan apa yang menjadi harapan dari organisasi tersebut.

e. Mengembangkan pesan

Penyampaian pesan, bukan hanya terletak pada isi pesan tersebut, dalam pelaksanaan strategi komunikasi pesan yang akan disampaikan kepada audience harus memiliki kriteria yakni isi (pesan) khusus, jelas, persuasif, dan merefleksikan nilai-nilai audiens, tampilan isi yang dapat

memberikan solusi bagi masyarakat atau menunjukkan tindakan sesuatu<sup>40</sup>.

f. Identifikasi pembawa pesan (tampilan komunikator).

Kriteria komunikator antara lain kredibilitas (kredibilitas dalam ilmu pengetahuan, keahlian, profesional, dan keterampilan yang berkaitan dengan isu tersebut) sehingga komunikator menjadi salah satu sumber yang dipercaya oleh audiens karena kredibilitas yang dapat dipercaya<sup>41</sup>.

g. Mekanisme komunikasi/media.

Pemilihan media komunikasi menjadi salah satu hal yang utama dalam pelaksanaan strategi komunikasi. Sehingga, kriteria dalam pemilihan media adalah dengan menggunakan media yang dapat memperlancar mekanisme pengiriman dan pengiriman balik atau pertukaran informasi<sup>42</sup>. Sehingga, kriteria dalam pemilihan media, yakni dengan menggunakan media yang di gemari oleh masyarakat seperti radio, koran, dan sarana komunikasi lainnya.

h. *Scan* konteks dan persaingan.

Berdasarkan pelaksanaannya selalu ada resiko dan pengaruh dalam pelaksanaannya strategi komunikasi. Sehingga, pada tingkatan ini harus adanya penghitungan risiko dan konteks yang akan mempengaruhi strategi komunikasi. Perhitungan ini dapat terlihat dari berbagai resiko

---

<sup>40</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 249.

<sup>41</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 249.

<sup>42</sup>Ibid., hal. 249.

yang nantinya akan di dapatkan, berbagai pertimbangan adanya hambatan, resiko yang akan dicapai dalam pelaksanaannya.

## 2. Implementasi Strategi

Implementasi strategi merupakan tahap kedua dalam pelaksanaan strategi komunikasi. Implementasi strategi menjadi salah satu proses dimana beberapa strategi dan kebijakan akan diubah menjadi sebuah tindakan melalui pengembangan program, sehingga implementasi strategi memiliki lima tahap/jenis kegiatan, yaitu<sup>43</sup> :

### a. Mengembangkan materil untuk mengimplementasikan strategi.

Berdasarkan pelaksanaanya, materi atau bahan yang disajikan atau dikembangkan mampu memiliki kriteria yang menarik, dapat diakses dan bervariasi dalam pemaparan dan dan visibilitas maksimum<sup>44</sup>.

### b. Mengembangkan mitra yang bernilai.

Mitra menjadi salah satu relasi yang bernilai, pengembangan mitra yang bernilai memiliki kriteria yakni kemampuan dalam hal menyelaraskan pelaksanaan strategi komunikasi. Sehingga, tujuan dapat tercapai sesuai dengan harapan yang diinginkan serta mampu memudahkan rangkaian kegiatan baik eksternal dan internal dengan adanya mitra dari organisasi.

---

<sup>43</sup>Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 251.

<sup>44</sup>Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 251.

- c. Melatih para pembawa atau penyebar pesan.

Adanya pelatihan bagi para pembawa pesan dan penyebar pesan menjadi salah satu kunci dalam strategi komunikasi. Komunikator sebagai pembawa pesan dilatih untuk mengetahui dan mengetahui cara untuk menyampaikan pesan-pesan kunci dalam pesan yang akan mereka sampaikan kepada komunikan<sup>45</sup>.

- d. Mengembangkan semacam tata aturan bagi kegiatan perluasan informasi kepada audiens misalnya melalui pemantauan dan evaluasi implementasi.

Hal ini dilakukan agar menjadi salah satu hal yang mampu mendorong keberhasilan dalam pencapaian tujuan.

- e. Mengontrol setiap tahapan kegiatan melalui kriteria dan standar.

Kegiatan dan hasil dari secara aktifitas dalam organisasi, dievalasi dan dipantau secara berkala, sehingga hasil yang akan diperoleh mampu menjadi perbaikan untuk kegiatan selanjutnya.

### 3. Dukungan dan Integrasi Strategi

Dukungan dan integrasi merupakan tahap terakhir dalam strategi komunikasi, pada bagian akhir strategi komunikasi memiliki empat tahapan, yaitu<sup>46</sup> :

- a. Mendukung komunikasi terutama pada level kepemimpinan

Pemahaman management dan mendukung komunikasi sebagai bagian integral dari kelangsungan dan kesuksesan organisasi

---

<sup>45</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 251.

<sup>46</sup>Ibid., hal. 251

b. Melengkapi sumber daya

Berdasarkan praktik yang dilakukan sumber daya menjadi hal yang harus diperhatikan, baik sumber daya berupa dana dan sumber daya manusia sebagai tenaga kepegawaian.

c. Mengintegrasikan komunikasi melalui organisasi.

Komunikasi menjadi hal yang dipandang sebagai bagian integral dari setiap strategi komunikasi.

d. Melibatkan semua staff pada semua level untuk memberikan dukungan dan integrasi

Komunikasi tidak dilihat sebagai fungsi yang terisolasi, banyak dari sebuah organisasi tidak semua staff memiliki pengetahuan atau berpartisipasi, sehingga dalam strategi komunikasi melibatkan semua staff menjadi salah satu yang mendasi. Sehingga semua terlibat dalam segala aspek pelaksanaan kegiatan.

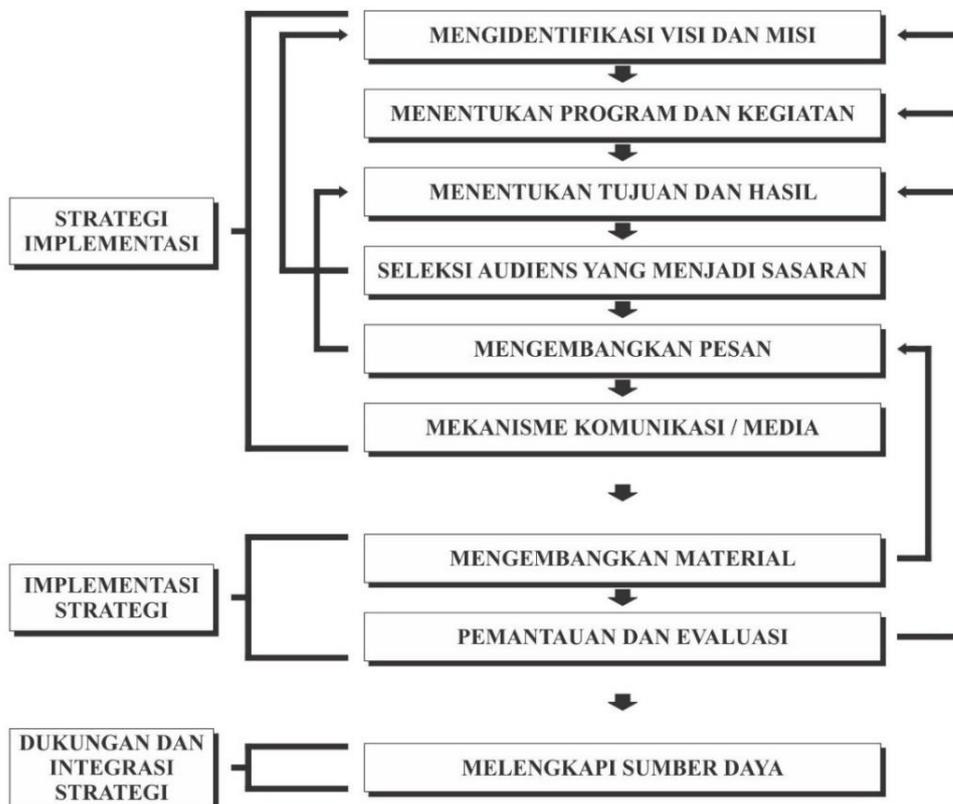
Sehingga, dari uraian diatas peneliti akan menggunakan beberapa komponen dalam teori strategi komunikasi menurut Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S sesuai dengan tabel di bawah ini. Peneliti tidak menggunakan semua komponen, dikarenakan mengambil inti dari sebuah strategi yang mampu diwakilkan oleh beberapa komponen mendasar seperti yang tertera pada tabel dan bagan dibawah ini.

Tabel 2.2 Tabel Penggunaan Teori Strategi Komunikasi

Strategi Implementasi	1. Mengidentifikasi visi dan misi
	2. Menentukan program dan kegiatan
	3. Menentukan tujuan dan hasil

	4. Seleksi audiens yang menjadi sasaran
	5. Mengembangkan pesan
	6. Mekanisme komunikasi/media
Implementasi Strategi	1. Mengembangkan materi untuk mengimplementasikan strategi
	2. Mengembangkan semacam tata aturan bagi kegiatan perluasan informasi kepada audiens misalnya melalui pemantauan dan evaluasi implementasi
Pendukung	1. Melengkapi sumber daya

Bagan 1.1 Bagan Strategi Komunikasi



## 1.2.2 Media Sosial

### 1.2.2.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media yang tumbuh karena internet. Pada awal kemunculannya, media sosial sosial berawal dari *World Wide Web* (WWW). Sehingga dari berbagai perkembangan, berbagai macam media sosial yang kemudian semakin berkembang, dan perkembangan tersebut bukan hanya *World Wide Web* kemudian berkembang kepada email, tetapi sudah menjadi media baru, yakni media sosial yang akhirnya semakin mempermudah setiap masyarakat yang menggunakannya, adapun beberapa karakteristik media sosial sebagai berikut.

### 1.2.2.2 Karakteristik Media Sosial

Salah satu cara memahami media sosial yakni dengan memahami karakteristik yang dimiliki oleh media sosial, adapun karakteristik dari media sosial yakni<sup>47</sup>:

#### 1. Jaringan (*Network*)

Karakteristik media sosial yakni, membangun jaringan (*network*) bagi penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata, antar pengguna dapat saling mengenal, tetapi kehadiran sosial media dapat menghubungkan kembali secara mekanisme teknologi.

#### 2. Informasi (*Information*)

Pengguna media sosial, secara langsung dapat merepresentasikan apa yang ada dipikrannya, maupun identitasnya. Bahkan, pengguna dapat memproduksi konten sesuai dengan

---

<sup>47</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi* (Jakarta : Simbiosis, 2015), hal.16.

informasi yang dimiliki oleh pengguna. Informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*)

### 3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna aktif, arsip merupakan salah satu akses dalam mengelola data. Data tersebut juga dapat diakses pada kapanpun dan melalui perangkat apapun.

### 4. Interaksi

Berbeda dengan media lama, pada media baru media sosial pengguna bisa berinteraksi, baik diantara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media

### 5. Simulasi Sosial

Media sosial, secara langsung dapat menggambarkan realitas kehidupan secara nyata. Hanya saja, dengan realitas tersebut hanyalah sebuah simulasi dan terkadang tidak sama dengan realitas yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Melalui media sosial pengguna juga dapat mengekspresikan diri.

### 6. Konten oleh Pengguna

Pada media sosial, konten disebut juga sebagai *user-generated content* (UGC). Berdasarkan hal ini, media sosial berarti sepenuhnya milik pemilik akun, dan pemilik secara langsung berhak media sosial yang dimiliki dan berhak atas segala kontribusi pada media sosial

### 1.2.2.3 Jenis Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu sarana yang sering digunakan oleh masyarakat dalam berkomunikasi. Sehingga, berbagai terdapat berbagai macam media sosial, adapun jenis jenis media sosial antara lain<sup>48</sup>:

#### a. Facebook

Aplikasi *Facebook* ditemukan didirikan oleh Mark Zuckerberg dengan beberapa teman pada masa kuliahnya di Universitas Harvard, Dustin Mostokovitz dan Cris Hughes pada tanggal 4 Februari 2004<sup>49</sup>.

Pada awal kemunculan *Facebook*, aplikasi *Facebook* hanya digunakan secara terbatas, yakni lingkungan kampus saja. Tetapi, penggunaan yang hanya terbatas pada lingkungan kampus tersebut kemudian meluas hingga area Boston, kemudian masuk kepada Amerika Serikat dan akhirnya masuk ke Indonesia. Beberapa saat kemudian, sehingga setiap masyarakat dapat mengakses *Facebook*.

Menurut data *The New York Times*, pada April 2010, negara yang memiliki pengguna *Facebook* terbanyak adalah Amerika, Britania Raya dan Indonesia. *Facebook* memang menjadi makna tersendiri bagi masyarakat Indonesia, dimana kemudian banyak data yang akhirnya menempatkan Indonesia menjadi negara kedua dengan pengguna terbanyak setelah Amerika<sup>50</sup>.

---

<sup>48</sup> Tim Pusat Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta : Pusat Hubungan Masyarakat, 2014), hal. 72.

<sup>49</sup>Ibid., hal. 72.

<sup>50</sup>Ibid., hal. 72.

b. *Instagram*

Aplikasi *Instagram* merupakan salah satu aplikasi yang hanya dapat digunakan dengan *smartphone*. Aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi yang dapat berbagi foto maupun video dengan ciri khas yakni sebuah ‘bingkai’ persegi. Hingga kini setiap pengguna *Instagram* juga dapat berbagi cerita kehidupan mereka juga berbagi kisah dengan berbagai fitur yang dapat digunakan.

*Instagram* diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger dan diluncurkan pada Oktober 2010. Nama *Instagram* sendiri menurut mereka berasal dari ‘*instant camera*’ dan ‘*telegram*’ yang kini juga dapat diunduh dengan menggunakan *App Store*, *Goggle Store*, *Google Play*, dan *Windows Phone Store*<sup>51</sup>.

Berdasarkan pertumbuhannya, *instagram* dalam beberapa bulan mampu meraih satu juta pengguna pada Desember 2010. Jumlah ini kemudian terus meningkat hingga lima juta *users* pada Juni. Hingga kini pengguna *Instagram* mampu mencapai lebih dari 100 juta pengguna<sup>52</sup>.

c. *Twitter*

Salah satu aplikasi yang masih mendunia dengan duai maya antara lain adalah *Twitter*. Kehadiran *Twitter* tidak pernah lepas dengan kata ‘cuitan’. Tidak hanya perorangan, *Twitter* mampu mengajak berbagai perusahaan untuk aktif didalamnya.

*Twitter* diciptakan oleh Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone, dan Noah Glass pada Juli 2006. Menurut Williams awalnya

---

<sup>51</sup> Tim Pusat Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta : Pusat Hubungan Masyarakat, 2014), hal. 84.

<sup>52</sup> *Ibid.*, hal. 84.

aplikasi *Twitter* bernama “*twtr*” yang terinspirasi dari aplikasi “*flickr*”<sup>53</sup>.

Setiap pengguna *Twitter* dapat mengunggah kicauan mereka secara pribadi, tetapi hanya pengguna yang mengikutinya yang dapat membaca kicauan tersebut. *Twitter* juga dapat diakses baik dari *browser*, *smartphone*, maupun SMS. Sehingga, pada awal kemunculannya *Twitter* sudah diperkenalkan dengan pengguna online yang dapat menyampaikan pesan sepanjang 140 huruf, dimana aktifitas tersebut dikenal dengan “*tweets*” atau “kicau”<sup>54</sup>.

#### 1.2.2.4 Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi

Media sosial merupakan jejaring sosial yang mampu memudahkan seseorang berinteraksi dengan orang lain secara mudah kehadiran teknologi awalnya diawali dengan kehadiran internet seperti *Word Wide Web* (WWW) dan *email*<sup>55</sup>. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan, hadirilah media baru yang kini menjadi *era cybermedia*. Kini, internet bukan hanya sebatas *browsing* dan bertukar *email*, tetapi berkembang menjadi berbagai aplikasi yang dapat diakses masing-masing pribadi dengan menggunakan ponsel. Tanpa mengkhawatirkan jarak dan waktu. Media sosial kemudian dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menambah koneksi serta membangun hubungan melalui dunia maya

---

<sup>53</sup> Tim Pusat Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta : Pusat Hubungan Masyarakat, 2014), hal. 68.

<sup>54</sup> *Ibid.*, hal. 68.

<sup>55</sup> Dr. Suciati, *Teori Komunikasi Dalam Multi Prespektif* ( Yogyakarta : Buku Litera, 2017), hal. 32-33.

dengan menunjukkan profil dan melihat profil orang lain<sup>56</sup>. Kemudahan dalam menggunakan media sosial tentunya sudah banyak dirasakan oleh masyarakat, tanpa harus beranjak dari tempat dan keluar dari rumah, seseorang dapat berinteraksi dengan yang lainnya.

Penggunaan media sosial ini juga terbilang cukup murah dan mudah. Setiap orang kini dengan mudah mengakses media sosial di *smartphone* yang dimiliki. Adapun media sosial yang mampu digunakan sebagai ajang untuk berinteraksi, seperti *Facebook*, dan *Instagram*, merupakan salah satu media *chatting* yang banyak digunakan di Indonesia. Sehingga, media sosial menjadi salah satu media dalam strategi komunikasi karena dinilai lebih efektif. Penggunaan media sosial ini juga terjadi secara dua arah, sehingga antara komunikand dan komunikator terdapat *feedback* yang nyata dalam proses komunikasinya.

### 1.2.3 Lesbian dan Gay

#### 1.2.3.1 Pengertian Lesbian dan Gay

Orientasi seksual atau ketertarikan seksual menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan tinjauan untuk menentukan sikap, pandangan yang mendasari pikiran atau kecenderungan yang berhubungan dengan seksualitas<sup>57</sup>. Sehingga, orientasi seksual dapat diartikan sebagai sebuah kecenderungan ataupun ketertarikan seksual secara emosional dan seksual kepada sesama jenis atau berbeda jenis<sup>58</sup>.

Lesbian memiliki artian sebagai perempuan yang memiliki ketertarikan dengan sesama jenisnya, yakni perempuan, dalam segi kasih

---

<sup>56</sup> Tito Siswanto, *Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*, Vol.2, No.1, Januari-Juni 2013, hlm. 80-86.

<sup>57</sup> Depdikbud, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta : Balai Pustaka, 1989), hal. 630.

<sup>58</sup> Sinyo Egie. *Loe Gue Butuh Tau LGBT* (Jakarta : Gema Insani, 2016), hal. 17.

sayang maupun dari segi seksual. Lesbian juga disebabkan adanya *partner sebian*, sehingga lesbian ini tergolong dalam abnormalisme seksual. Lesbian berasal dari kata '*Lesbos*' yang berarti sebutan bagi sebuah pulau ditengah Lautan Egeis. Pulau ini dulunya dihuni oleh para wanita.

Gay adalah laki-laki tertarik dengan sesama laki-laki baik secara kasih sayang maupun seksual. Istilah ini awalnya digunakan untuk mengungkapkan perasaan, "bebas/tidak terikat", "bahagia" atau "cerah dan mencolok". Kemudian, gay sampai di Inggris pada awal abad ke-12 M dari Bahasa Perancis kuno *gai*, yang dipastikan berasal dari Jerman. Sebutan gay ini, digunakan untuk menyebutkan pria yang memiliki kecenderungan mencintai sesama jenis<sup>59</sup>.

Kini, istilah gay lebih banyak digunakan untuk menunjukkan bahwa seseorang memiliki orientasi SSA (*Same Sex Attraction*), kemudian menjadikannya sebagai identitas diri dalam identitas diri dalam kehidupan sosial<sup>60</sup>. Istilah SSA (*Same Sex Attraction*) mulanya digunakan oleh organisasi atau badan yang menyediakan layanan Konvensional *therapy/reparative therapy* (terapi yang mengubah orientasi seksual atau treatment yang mempunyai asumsi bahwa homoseksual adalah gangguan jiwa sehingga pasien harus mengubah orientasi seksual tersebut). SSA juga digunakan untuk memaparkan bahwa seseorang memiliki ketertarikan dengan sesama jenis baik secara total maupun sebagian. Sehingga, SSA digunakan untuk pengganti istilah *homoseksual orientation* dan *bisexual orientation*, yang menyangkut sosial masyarakat<sup>61</sup>.

---

<sup>59</sup>Sinyo Egie, *Anakku Bertanya Tentang LGBT* (Jakarta : PT. Gramedia), hal. 5.

<sup>60</sup>Sinyo Egie, *Anakku Bertanya Tentang LGBT* (Jakarta : PT. Gramedia), hal. 4-5.

<sup>61</sup>Sinyo Egie, *Anakku Bertanya Tentang LGBT* (Jakarta : PT. Gramedia), hal. 4-5.

### 1.2.3.1 Faktor Munculnya

Munculnya lesbian dan gay dipengaruhi oleh faktor-faktor dibawah ini. Antaranya terdapat faktor lingkungan. Faktor lingkungan atau faktor luar jelas menjadi sebuah faktor nyata yang mempengaruhi orientasi seksual lesbian dan gay. Berikut faktor yang mendasari munculnya lesbian dan gay adalah<sup>62</sup> :

a. Faktor Lingkungan

1. Faktor Budaya/Adat Istiadat

Faktor budaya dan adat istiadat sebuah masyarakat, tentu sangat berbeda. Terkadang tidak lepas dari ritual-ritual yang mengandung unsur homoseksualitas, misalnya budaya suku Etoro yaitu pedalaman Papua New Guinea yang mana dalam ritual tersebut meyakini, jika laki-laki yang lebih muda harus memakai sperma laki-laki yang lebih tua, agar mereka bisa mendapatkan status sebagai pria dewasa dan menjadi kuat. Karena tradisi inilah yang menyebabkan persepsi mereka berubah dan mempengaruhi seseorang. Adat istiadat bagi mereka yang kental nilai tradisinya, menganggap apa yang mereka lakukan adalah benar dan tidak memperhitungkan resiko kedepannya.

Kebiasaan yang berasal budaya/adat istiadat inilah yang kemudian dapat menjadikan penguatan SSA dalam diri seorang anak. Kini, gerakan komunitas yang pro akan lesbian dan gay bukan hanya ada dalam dunia nyata, tetapi juga dunia maya. Hal ini nampak dari beberapa komunitas yang mengumbar syahwat antar sesama jenis di

---

<sup>62</sup> Ibid, hal.128.

internet, baik dalam maupun luar negeri, juga beberapa forum dalam media sosial<sup>63</sup>.

## 2. Pendidikan dan Pengasuhan Anak

Faktor yang mempengaruhi timbulnya lesbian dan gay dipengaruhi oleh pola asuh orang tua yang salah. Terkadang, keinginan orang tua yang menginginkan anaknya laki-laki atau perempuan, tidak akan mengenalkan mereka pada jenis kelamin mereka. Seperti misalnya orang tua ingin anaknya laki-laki, tapi yang lahir adalah perempuan, maka anak perempuan tersebut diberi mainan bahkan peralatan laki-laki juga pakaian yang serupa dengan laki-laki. Begitupun sebaliknya. Orang tua juga harus mampu mengenalkan anaknya dengan jenis figur yang sesuai, laki-laki sebagai kepala rumah tangga. Setelah itu, dari kriteria penampilan fisik maupun sesuai dengan karakteristik fisik jenis kelamin tersebut. Hal lain yang menjadikan seorang anak salah dalam pola asuhnya juga terkait karakteristik sifat yang seharusnya dimiliki oleh perempuan ataupun laki-laki.

Pendidikan orang tua juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi hal ini. Hal ini didasari oleh pentingnya pendidikan dalam tumbuh kembang seorang anak termasuk pada orientasi seksualnya. Rasulullah SAW sebagai teladan, juga telah memperingati orangtua untuk mewaspadai urusan orientasi seksual sejak dini, yakni tentang izin masuk kamar sehingga anak harus dibiasakan untuk izin untuk masuk kedalam kamar orang tua. Kemudian pengenalan aurat

---

<sup>63</sup>Sinyo Egie, *Anakku Bertanya Tentang LGBT* (Jakarta : PT. Gramedia), hal. 128.

dan batasan-batasan aurat baik laki-laki maupun perempuan, hal ini juga mencakup bagaimana cara menjaga pandangan darinya kemudian memisah tempat tidur serta seks dan zina<sup>64</sup>.

Memisahkan tempat tidur, harus dilakukan ketika anak beranjak dewasa, anak harus diajarkan mandiri untuk tidak tidur satu kasur dan selimut dengan saudaranya. Pendidikan tentang seks dan zina juga harus diajarkan oleh orang tua, tanpa menutupi atau menakuti, orang tua seharusnya mengajarkan dengan baik dan penggunaan atau pemilihan kalimat yang sesuai untuk anak<sup>65</sup>.

### 3. Model atau Figur Orangtua

Berdasarkan penelitian para ilmuan, figur orangtua sangat potensial dalam tumbuh kembang orientasi seksual yang ada pada seorang anak. Sebagian besar dengan SSA mengaku bahwa pada masa kecilnya tidak mendapatkan figur orang tua yang ideal ketika ia masih pada tahap tumbuh kembang. Bagi seorang anak, akan lebih mudah untuk meniru dan mencontoh perilaku orang yang berada dekat dengan anak, baik itu ayah, ibu, maupun saudara mereka. Orang tua merupakan pusat belajar bagi anak-anak, sehingga apa yang diajarkan akan berbekas kepada seorang anak. Sehingga, yang dibutuhkan dalam hal ini adalah komunikasi secara terbuka antara seorang anak dengan orang tuanya sehingga tidak ada lagi hal yang ditutupi yang menyebabkan seorang anak akan memulai kebohongan untuk menutupi hal yang tidak ingin diketahui oleh orangtuanya.

---

<sup>64</sup>Sinyo Egie, *Anakku Bertanya Tentang LGBT* (Jakarta : PT. Gramedia), hal. 130-134.

<sup>65</sup>Sinyo Egie, *Anakku Bertanya Tentang LGBT* (Jakarta : PT. Gramedia), hal. 134.

#### 1.2.4 Sistem Pendampingan

Pendampingan dapat dilakukan dengan melakukan sebuah konseling Islami, guna mendekatkan diri dengan Sang Pencipta. Pada hakikatnya manusia merupakan makhluk Tuhan yang diciptakan sebagai khalifah di dunia untuk mengabdikan kepada-Nya. Sehingga, dari hal tersebut dapat dirumuskan bahwa tujuan bimbingan konseling Islami yakni untuk meningkatkan dan menumbuhkan kesadaran manusia tentang eksistensinya sebagai makhluk dan khalifah Allah SWT di bumi, sehingga segala aktifitas dan perilaku tidak keluar dari tujuan hidupnya, yakni beribadah dan mengabdikan kepada Allah SWT<sup>66</sup>.

Berdasarkan kodratnya, manusia merupakan makhluk religius yang memiliki eksistensi dan hidup secara bersama-sama. Oleh karena itu, bimbingan dan konseling Islami digunakan sebagai sebuah sarana agar manusia memahami segala potensi insaniyah, kemanusiaan, dan memahami segala permasalahan yang dihadapi. Sehingga, dari permasalahan yang ia hadapi, manusia mampu mencari jalan keluar dan mampu memahami seberapa batasan yang ia miliki, dan mencari sebuah solusi penyelesaiannya dengan nilai-nilai Islami. Sehingga, dengan pemahaman keagamaan inilah, manusia dapat berfikir rasional dan menemukan jalan keluar tanpa melakukan segala perbuatan yang bersifat negatif yang dapat merugikan dirinya, maupun orang lain.

Di era globalisasi ini, banyak ditemukan individu yang terbuai akan keindahan dunia, sehingga ia lupa akan kodrat dan tanggung jawabnya sebagai hamba Allah. Manusia menjadi individu dengan sikap individualistik dan sifat-

---

<sup>66</sup>Sutirna, *Bimbingan dan Konseling Pendidikan Formal, Non formal, dan Informal* (Yogyakarta : Andi Offset, 2013), hal. 161.

sifat negatif lainnya. Sikap tersebutlah yang kemudian menyimpang dari perkembangan fitrah manusia yang telah Allah berikan<sup>67</sup>. Hubungan tersebut bukan hanya menjauhkan individu dengan hubungannya dengan makhluk sesama, tetapi juga menjauhkan individu dengan orang lain.

Bimbingan konseling Islami merupakan sebuah usaha membantu individu dalam menanggulangi penyimpangan perkembangan fitrah beragama yang dimilikinya sehingga ia kembali kepada fitrah beragama yang dimilikinya, sehingga ia menyadari akan peran sebagai khalifah di muka bumi yang berfungsi untuk menyembah Allah SWT<sup>68</sup>.

Pada pelaksanaan bimbingan dan konseling, pribadi muslim berprinsip pada hal-hal sebagaimana yang disampaikan oleh Nelly Nurmelly dalam *Peran Agama dalam Bimbingan Konseling*, yakni<sup>69</sup> :

1. Selalu memiliki prinsip landasan dan prinsip dasar, yaitu beriman kepada Allah SWT.
2. Memiliki prinsip kepercayaan, yakni beriman kepada malaikat.
3. Memiliki prinsip kepemimpinan, yakni beriman kepada Nabi dan Rasul-Nya.
4. Selalu memiliki prinsi pembelajaran, yakni berinsip kepada Al-Qur'an.
5. Memiliki prinsip masa depan, yakni beriman kepada hari akhir.
6. Memiliki prinsip keteraturan, yakni beriman kepada ketentuan Allah.

Dalam menghadapi berbagai permasalahan, agama selalu mengatur berbagai aspek kehidupan manusia untuk mewujudkan perasaan damai dan tentram bagi

---

<sup>67</sup> Sutirna, *Bimbingan dan Konseling Pendidikan Formal, Non formal, dan Informal* (Yogyakarta : Andi Offset, 2013), hal. 162.

<sup>68</sup> Ibid, hal. 162.

<sup>69</sup> Ibid, hal. 163.

jiwa manusia guna untuk memperoleh kebahagiaan yang hakiki. Peran agama Islam dalam menghadapi kesehatan mental manusia yakni<sup>70</sup>:

1. Ajaran Islam beserta seluruh petunjuknya yang ada didalamnya merupakan obat bagi jiwa atau penyembuh segala penyakit hati.
2. Ajaran Islam memberikan bantuan kejiwaan kepada manusia dalam menghadapi cobaan dan mengatasi kesulitan.
3. Ajaran Islam memberikan rasa aman dan tentram yang menimbulkan keimanan kepada Allah dalam jiwa seorang mukmin.
4. Bagi seorang mukmin, ketenangan jiwa, rasa aman, dan ketentraman jiwa akan terealisasi dengan keimanan kepada Allah.

---

<sup>70</sup>Sutirna, *Bimbingan dan Konseling Pendidikan Formal, Non formal, dan Informal* (Yogyakarta : Andi Offset, 2013), hal. 163.