

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Penelitian ini menjawab rumusan masalah tentang bagaimana penerimaan generasi Z terhadap konten video LGBT di YouTube channel @LolaAmariaProduction. Konten video ini terbagi menjadi dua dengan judul *Sanubari Jakarta-Menunggu Warna* dan *Sanubari Jakarta-Malam Ini Aku Cantik*. Melalui teori encoding-decoding oleh Stuart Hall, ditemukan bahwa informan berada pada tiga posisi yaitu *dominant*, *negotiated*, dan *oppositional*. Penerimaan informan tersebut terbentuk melalui pengalaman hidup mereka, nilai-nilai dan norma, agama, serta lingkungan sekitar. Dalam konten video *Sanubari Jakarta-Menunggu Warna*, ditemukan sepuluh posisi *negotiated* pada informan. Sedangkan konten *Sanubari Jakarta-Malam Ini Aku Cantik*, ditemukan enam posisi *negotiated* pada informan.

Informan yang masuk dalam kategori *dominant* menerima hubungan sesama jenis pria dan juga menerima transgender yang bekerja seks. Informan yang berada di posisi *negotiated* mengakui sebagian pesan namun tetap menyesuaikan pengalaman dan lingkungan mereka. Misalnya, hubungan sesama jenis ini dianggap sebagai bentuk ekspresi seseorang namun belum dapat diterima di Indonesia terutama jika pasangan sesama jenis muncul di publik karena nilai-nilai, norma, dan agama yang berlaku di Indonesia. Sementara pada konten transgender, informan dengan posisi *negotiated*

memandang pekerjaan seks sebagai cara yang salah namun memahami kondisi tokoh yang menghidupi keluarganya. Informan yang berada di posisi *oppositional* menolak hubungan sesama jenis maupun keberadaan dan juga menolak transgender sebagai pekerja seks. Informan memandang hal ini tidak sesuai dengan apa yang diajarkan terutama mengingat kodrat pria dan wanita. Informan yang berada di posisi ini melihat hubungan sesama jenis ini tidak wajar dan dilarang oleh agama. Begitu juga dengan transgender sebagai pekerja seks yang dianggap salah meskipun tujuannya untuk menafkahi keluarganya. Penelitian menemukan bahwa adanya stigma yang kuat muncul pada isu gay dan transgender, di mana keberadaan mereka masih dianggap negatif karena sangat kontras di Indonesia yang mengakui dua jenis kelamin saja yaitu pria dan wanita. Secara agama juga mengajarkan perkawinan hanya dapat dilakukan oleh pria dan wanita, sementara nilai-nilai dan norma juga menuntut seseorang untuk berperilaku semestinya karena sudah ditetapkan oleh negara Indonesia. Selain itu, faktor pengalaman pribadi juga memengaruhi cara generasi Z memaknai isu LGBT.

Generasi Z terkenal akan keaktifannya dalam media sosial dan cenderung memiliki tingkat keterbukaan yang relatif lebih tinggi, namun tidak semua generasi Z mendukung LGBT sepenuhnya. Bahkan ditemukan informan yang merupakan gay dan generasi Z menolak perubahan penampilan pada pria karena menurutnya meskipun dirinya gay ia tidak ingin merubah tampilan maskulinnya. Beberapa dari mereka masih menerapkan ajaran yang turun menurun dari keluarganya seperti agama maupun budaya. Tetapi tidak sedikit juga generasi z yang mengalami perubahan prinsip hidup

meskipun bertolak belakang dengan lingkungannya. Secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa stigma negatif terhadap LGBT di Indonesia masih ada, namun di satu sisi generasi Z juga semakin terbuka sehingga muncul negosiasi untuk memahami dan menghargai adanya LGBT.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Penelitian tentang penerimaan generasi Z terhadap konten video LGBT di YouTube channel @LolaAmariaProduction dapat diteliti dan dikembangkan lebih lanjut melalui pendekatan analisis resepsi dengan melibatkan keragaman latar budaya yang lebih luas. Dengan memperbanyak sudut pandang dari informan, peneliti dapat mengidentifikasi pola penerimaan yang jelas sekaligus menelusuri faktor-faktor dalam membentuk cara informan memaknai.

V.2.2 Saran Praktis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap masyarakat dapat terbuka pemikirannya dalam memahami dan menyikapi orientasi seksual yang beragam di Indonesia. Selain itu, peneliti juga berharap penggambaran hubungan sesama jenis pria dan realitas transgender yang berprofesi sebagai pekerja seks dapat disajikan secara detail dan sesuai kenyataan yang dialami oleh komunitas LGBT. Maka dari itu, masyarakat tidak hanya melihat komunitas LGBT sebagai sosok asing atau tidak wajar

melainkan bagian dari realitas sosial yang layak memperoleh penghormatan dan penghargaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto. (2021). *KOMUNIKASI PEMASARAN: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*.
- Ashari, H. T., Affandy, A. N., & Ngatma'in, N. (2024). Kampanye Inklusivitas LGBT Disney: Analisis Konten Kualitatif dalam Film *Strange World* (2022). *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 7(1), 175–193. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6740>
- Bahrudin, Muh., Erdiana, S. P., & Yurisma, D. Y. (2024). Representasi Perubahan Sosial dalam Kampanye LGBT pada Produk IKEA. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 21(2), 237–254. <https://doi.org/10.24002/jik.v21i2.7763>
- Dhamayanti, F. S. (2022). Pro-Kontra Terhadap Pandangan Mengenai LGBT Berdasarkan Perspektif HAM, Agama, dan Hukum di Indonesia. *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal*, 2(2), 210–231. <https://doi.org/10.15294/ipmhi.v2i2.53740>
- Fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Utama, A. A. G. S., Zonyfar, C., ... Sumartiningsih, M. S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., ... Waris, L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Retrieved from www.globaleksekutifteknologi.co.id
- Firmansyah, A. (2020). *KOMUNIKASI PEMASARAN*.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *KOMUNIKASI MASSA*. Retrieved from www.google.com
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., ... Istiqomah, R. R. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*.
- Ismail, Z. (2022). *LGBT Sebuah Dunia Abu-abu Subkultur yang Dianggap Menyimpang*.
- Lado, G. A. (2024). TEOLOGI GENDER, SEX, FENOMENA LGBTIQ DI BARAT DAN DI GEREJA-GEREJA DI INDONESIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF REFORMED INJILI. *Jurnal Excelsis Deo: Jurnal Teologi, Misiologi, Pendidikan*, 8(1).
- Lambe, J. N., & Rahmawati, V. U. (2021). IDENTITAS GENDER DAN SEKSUAL SEBAGAI PERSONAL BRANDING PADA KONTEN TIKTOK LUCINTA LUNA. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 211–225. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1636>

- Mindaini, V. M., & Sudradjat, R. H. (2025). Resepsi Generasi Z Mengenai Bahasa Kasar dalam Podcast Jakarta Keras Bersama Bayem Sore. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 234–247. <https://doi.org/10.30596/ji.v9i1.20024>
- Mujahidah, N. H., & Jaunedi, F. (2021). PENERIMAAN PENONTON MENGENAI PERAN GENDER PADA KARAKTER PEREMPUAN DALAM FILM BUMI MANUSIA. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(1), 95–104. Retrieved from <http://journal.ubm.ac.id/>
- Munadi. (2017). *DISKURSUS HUKUM LGBT DI INDONESIA*.
- Natalie, M. B., Putra, F. W., & Rossafine, T. D. (2022). Studi Tokoh Utama Film Mulan: Analisis Resepsi terhadap Hegemoni Maskulinitas. *CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 68–75.
- Octavia, R., & Yuwono, A. P. (2024). Analisis Resepsi Penonton terhadap Makna Normalisasi Pelecehan Seksual pada Film Dear David. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 11–23. <https://doi.org/10.30596/ji.v8i1.14608>
- Putri, C. P., & Arviani, H. (2024). Analisis Resepsi Mahasiswa Surabaya Terhadap Konten Lina Mukherjee Makan Babi Diawali Bacaan Bismillah Pada Akun Tiktok @lilumukerji. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(2), 715–726. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.4347>
- Putri, D. A. S., & Setyawan, S. (2025). Analisis Resepsi Followers Akun Instagram @menjadimanusia dalam Kesehatan Mental. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 181–199. <https://doi.org/10.30596/ji.v9i1.19362>
- Rachmad, A. D., & Bhakti, A. D. P. (2023). Analisis Resepsi Imperialisme Budaya Dalam Film Seri Korea. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 56–68. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i1.2447>
- Sihanani, D. E., & Widhiasti, M. R. (2023). PERFOMATIVITAS GENDER DAN RESPONS PENONTON TERHADAP VIDEO DOKTER TRANSPUAN PERTAMA DI INDONESIA. *EKSPRESI DAN PERSEPSI : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(2), 286–303. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5815>
- Suparno, B. A., Muktiyo, W., & Susilastuti. (2016). *MEDIA KOMUNIKASI: Representasi Budaya dan Kekuasaan*.
- Sutriani, I., Pembayun, J. G., & Kurnianti, A. W. (2022). Penerimaan Khalayak pada Kampanye #Stopbodyshaming (Analisis Resepsi Kampanye #Stopbodyshaming pada Followers Instagram @Cinderella). *Jurnal Communio: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 1–19.

- Vitara, D. A., & Hariyanto, D. (2024). Framing Analysis of the Pros and Cons of Coldplay Concert in Jakarta on LGBT Issues. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1). <https://doi.org/10.21070/kanal.v13i1.1797>
- Wazis, K. (2022). *KOMUNIKASI MASSA KAJIAN TEORITIS DAN EMPIRIS*.
- Wibisono, M. P., & Haqqu, R. (2024). ANALISIS PENERIMAAN PESAN SATIRE LINGKUNGAN DI KONTEN TIKTOK @PANDAWARAGRUP MENGGUNAKAN TEORI RESEPSI STUART HALL. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 9(4), 909–923. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v9i4.295>