

**RESEPSI MAHASISWA KELOMPOK *QUEER*
UNIVERSITAS SRIWIJAYA TERHADAP *PERSONAL*
BRANDING QUEERBAITING
(ANALISIS PADA AKTOR JEFRI NICHOL)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat (Humas)



Disusun Oleh :

SYADZA ZAFIRA

07031281924113

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

RESEPSI MAHASISWA KELOMPOK *QUEER* UNIVERSITAS
SRIWIJAYA TERHADAP *PERSONAL BRANDING*
QUEERBAITING (ANALISIS PADA AKTOR JEFRI NICHOL)

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelas Sarjana S-1 Ilmu
Komunikasi

Oleh :

SYADZA ZAFIRA

07031281924113

Pembimbing I

Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si.

199309052019032019

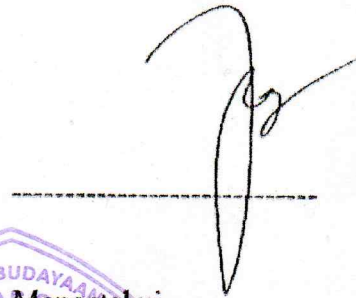
Tanda Tangan



Pembimbing II

Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom.

198902202022031006



Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dr. M. Hasni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**RESEPSI MAHASISWA KELOMPOK *QUEER* UNIVERSITAS
SRIWIJAYA TERHADAP *PERSONAL BRANDING*
QUEERBAITING (ANALISIS PADA AKTOR JEFRI NICHOL)**


**Skripsi
Oleh**

**SYADZA ZAFIRA
07031281924113**

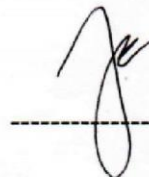
**Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji
Pada tanggal 17 Juli 2023
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

KOMISI PENGUJI

Farisha Sestri Musdalifah., S.Sos., M.Si
NIP. 199309052019032019
Ketua Penguji



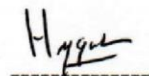
Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198902202022031006
Sekretaris Penguji



Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP. 198807252019031010
Penguji



Harry Yogsunandar, S.IP., M.I.Kom
NIP.1671073105790009
Penguji



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

**Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syadza Zafira
NIM : 07031281924113
Tempat dan Tanggal Lahir : Sungai Penuh, 31 Januari 2001
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Resepsi Mahasiswa Kelompok Queer Universitas Sriwijaya Terhadap Personal Branding Queerbaiting (Analisis Pada Aktor Jefri Nichol)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 2 juli 2023
Yang membuat pernyataan,


Syadza Zafira
NIM. 07031281924113

MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN

“On an Unfamiliar Road, Anyone Can Lose Their Way, All You Need is The
Courage To Walk The Unfamiliar and Daunting Path Again”

-Choi Seungcheol

“Besok Kamu Mati, Do Well”

ABSTRAK

Percepatan teknologi dan informasi merubah masyarakat dan pemikirannya. Hal yang dianggap buruk pada masa lalu bisa saja menjadi hal baik pada masa sekarang begitupun sebaliknya. Seperti penerimaan kelompok *queer* yang makin berkembang. Di sisi lain, dampak perkembangan ini dapat menyakiti kelompok salah satunya melalui *queerbaiting*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi kelompok *queer* terhadap *personal branding queerbaiting* aktor Jefri Nichol. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi kepada para informan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui analisis resepsi dan menggunakan teori *encoding-decoding* dari Stuart Hall. Pada hasil penelitian didapatkan bahwasannya di kategori pertama yaitu gaya berpakaian, informan secara dominan berada pada posisi dominan hegemoni, beberapa lainnya tersebar pada posisi negosiasi dan oposisi. Berbeda dengan kategori kedua yaitu gaya hidup semua informan berada pada posisi oposisi. Pemaknaan informan terhadap unggahan ini tidak lepas dari pengalaman, faktor-faktor psikologis juga sosial, daerah tinggal, dan konsekuensi sosial yang muncul karena hidup dan menjadi bagian dari kelompok *queer*.

Kata Kunci : Analisis Resepsi, *Queer*, *Queerbaiting*, *Personal Branding*, Jefri Nichol.

Pembimbing I



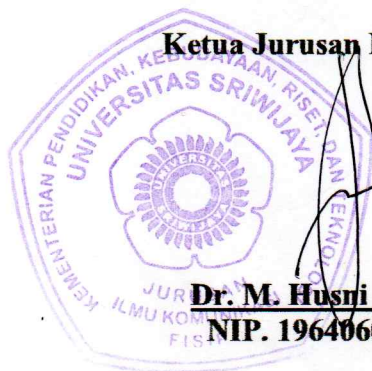
Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
199309052019032019

Pembimbing II



Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom
198902202022031006

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

The acceleration of technology and information is changing society and its thinking. What was considered bad in the past may become good today and vice versa. Such as the growing acceptance of queer people. On the other hand, the impact of this development can hurt the group through queerbaiting. This study aims to determine the queer group's reception of actor Jefri Nichol's queerbaiting personal branding. Data were collected through in-depth interviews and observations to informants. The method used is descriptive qualitative through reception analysis and using Stuart Hall's encoding-decoding theory. In the results of the study, it was found that in the first category, namely the style of dress, informants were dominantly in the dominant position of hegemony, some others were scattered in negotiation and opposition positions. In contrast to the second category, namely lifestyle, all informants are in the opposition position. The informants' interpretation of this upload cannot be separated from their experiences, psychological as well as social factors, living areas, and social consequences that arise from living and being part of a queer group.


Keywords: *Reception Analysis, Queer, Queerbaiting, Personal Branding, Jefri Nichol*

Advisor I



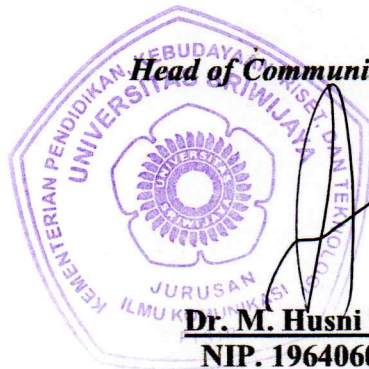
Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si
199309052019032019

Advisor II



Eko Pebryan Jaya, S.I.Kom., M.I.Kom
198902202022031006

Head of Communication Departement



Dr. M. Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat, karunia, dan kesempatan yang diberikan-Nya baik dalam bentuk kesehatan, kebahagiaan, dan pertolongan penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul “Resepsi Mahasiswa Kelompok Queer Universitas Sriwijaya Terhadap Personal Branding Queerbaiting (Analisis Pada Aktor Jefri Nichol)”. Salawat beserta salam juga tak lupa turunkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana dari program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat (humas) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari banyak pihak yang telah membantu, membimbing, serta memberikan dukungan moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dengan senang hati penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MDCE selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Husni Thamrin, M. Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom, M. Si. Selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Farisha Sestri Musdalifah, S. Sos., M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang selalu meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, saran, dan motivasi selama proses pembuatan skripsi ini.
5. Bapak Eko Pebryan Jaya, S. I. Kom., M. I. Kom selaku Dosen Pembimbing II yang juga selalu meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan arahan, saran, dan motivasi selama proses pembuatan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Andries Lionardo, S. IP., M. Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) yang selalu memberikan motivasi, arahan dan saran selama masa perkuliahan.
7. Segenap Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Sriwijaya atas ilmu pengetahuan formal dan non-formal yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh staf dan karyawan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Sriwijaya atas kesabarannya dalam memberikan bantuan terutama dalam bidang administrasi.
9. Keluargaku tersayang, Ama, Apa, Uni double, Undar, Unca, Uncu, Ante dan lainnya yang selalu mendoakan setiap langkah yang penulis tempuh. Tak lupa juga dukungan moril dan materil yang membuat penulis dapat terus kuat dan berhasil menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi ini.
10. Setiap pihak yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu. Terima kasih telah membantu dan menemani masa sulit. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa kalian singgah. Tidak tertulis tapi akan selalu teringat.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis akan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dari berbagai aspek, baik dari kualitas maupun kuantitas materi penelitian yang disajikan. Menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian untuk penyempurnaan skripsi ini.

Indralaya, 1 Juli 2023

Syadza Zafira

NIM. 07031281924113

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	i
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR BAGAN	v
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Queerbaiting dan Realita Kelompok Queer di Indonesia.....	5
1.1.2 Reaksi masif Terhadap Personal Branding yang Digunakan Aktor Jefri Nichol.....	7
1.1.3 Mahasiswa Kelompok Queer Memiliki Usia, Pengalaman, Cara Berfikir yang sesuai dengan Penelitian	11
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.2 Media Sosial.....	14
2.3 Personal branding.....	16
2.4 Queer.....	17
2.5 Queerbaiting.....	19
2.6 Analisis Resepsi	21
2.7 Teori Encoding-Decoding	24
2.8 Kerangka Pemikiran.....	25
2.9 Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Definisi Konsep	33

3.3 Fokus Penelitian.....	34
3.4 Unit Analisis Data.....	37
3.5 Informan Penelitian.....	38
3.5.1 Kriteria Informan	38
3.5.2 Key Informan	38
3.6 Sumber Data.....	38
3.6.1 Data Primer	39
3.6.2 Data Sekunder.....	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7.1 Observasi.....	39
3.7.2 Wawancara Mendalam.....	40
3.8 Teknik Keabsahan Data	40
3.8.1 Triangulasi Sumber	40
3.8.2 Triangulasi Teori.....	41
3.9 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	43
4.1 Aktor Jefri Nichol	43
4.2 Universitas Sriwijaya	45
4.2.1 Kelompok Queer di Universitas Sriwijaya	46
4.3 Profil Informan.....	47
4.3.1 Informan A.....	47
4.3.2 Informan B	48
4.3.3 Informan C	48
4.3.4 Informan D.....	49
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
5.1 Encoding Personal branding	50
5.1.1 Gaya Berbusana	50
5.1.2 Gaya Hidup	54
5.2 Decoding	56
5.2.1 Decoding Gaya Berpakaian	56
5.2.2 Decoding Gaya Hidup.....	63
5.3 Analisis Resepsi	66
5.4 Queerbaiting.....	71
5.5 Kapitalisme	75
5.6 Representasi Queer di Media Indonesia.....	78

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	83
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran	84
Daftar Pustaka.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial	3
Gambar 1. 2 Akun Twitter Kelompok Queer.....	6
Gambar 1. 3 Contoh Tuduhan Queerbaiting.....	9
Gambar 1. 4 Reaksi Terhadap Unggahan Queerbaiting.....	9
Gambar 1. 5 Pemberitaan Reaksi Unggahan Jefri nichol	10
Gambar 2. 1 Proses Encoding-Decoding	24
Gambar 4. 1 Jefri Nichol.....	43
Gambar 4. 2 Logo Universitas Sriwijaya.....	45
Gambar 5. 1 Unggahan Gaya Berpakaian 1	51
Gambar 5. 2 Unggahan Gaya Berpakaian 2.....	52
Gambar 5. 3 Unggahan Gaya Berpakaian 3.....	53
Gambar 5. 4 Unggahan Gaya Berpakaian 4.....	54
Gambar 5. 5 Unggahan Gaya Hidup 1	55

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian	35
Tabel 5. 1 Rangkuman Reaksi Informan Pada Unggahan Instagram Gaya Berpakaian Terpilih Jefri Nichol	58
Tabel 5. 2 Rangkuman Pemahaman Informan Pada Unggahan Instagram Gaya Hidup Terpilih Jefri Nichol	63
Tabel 5. 3 Posisi Informan Pada Unggahan Gaya Berpakaian	67
Tabel 5. 4 Posisi Informan Pada Unggahan Gaya Hidup.....	69

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

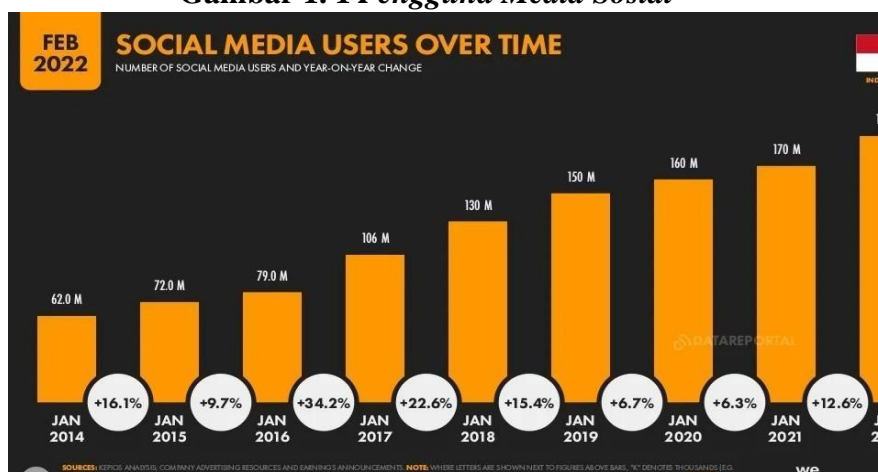
Manusia mengalami perkembangan mengikuti zamannya. Pemahaman manusia mengenai suatu hal pada masa lampau bisa saja berbeda pemahamannya pada masa sekarang, termasuk pada pemahaman mengenai hal yang dianggap tabu. Salah satunya mengenai identitas seksual dan gender. Hal ini menjadi tabu dikarenakan pengaturan mengenai identitas seksual dan juga gender di Indonesia sejatinya sangatlah *saklek*. Identitas seksual yang diakui dan diterima hanya satu jenis yaitu heteroseksual, hubungan antara laki-laki dan perempuan. Secara formal diatur dalam UU No. 1 tahun 1974 tentang pernikahan, di mana dicantumkan bahwasannya pernikahan adalah hubungan batin antara pria dan wanita. Begitu pula dengan identitas gender yang diakui dan diterima hanya dua jenis yaitu laki-laki juga perempuan dengan berbagai ketetapan mengenai peran yang di miliki oleh pemilik identitas. Seperti lelaki yang harus kuat, berani, berperilaku dan berpenampilan maskulin. Berkebalikan dengan perempuan yang harus lemah lembut, penurut, berperilaku dan berpenampilan feminin (Yulia, -, & Endang SM, 2016). Hal ini tentunya tidak lepas dari latar belakang masyarakat Indonesia mayoritas beragama islam yang memiliki ajaran mengatur hal tersebut dan menentang perilaku diluar ketetapan tersebut, senada dengan ajaran agama yang diakui lainnya di Indonesia seperti Kristen, Katolik, Hindu, Budha, dan Kong-Hu-Chu (Rafi et al., 2021). Namun dengan segala aturannya masih ada kelompok yang berada diluar daripada itu. Kelompok inilah disebut kelompok *queer*.

Queer merupakan istilah yang masih asing bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Orang lebih akrab dengan istilah LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender) bahkan menganggap dua istilah ini identik memiliki arti yang sama padahal berbeda. LGBT merupakan akronim pada kelompok non- heteroseksual diantaranya lesbian (penyuka sesama wanita), gay (penyuka sesama pria), biseksual (penyuka pria dan wanita), dan transgender (orang yang mengganti jenis kelaminnya dari yang dimiliki ketika lahir). Sedangkan *queer* menurut Susan Driver dalam bukunya *queer Youth Cultures* adalah kelompok yang menolak segala bentuk

pelabelan gender maupun seksualitas yang tradisional baik heteroseksual maupun homoseksual. Kutipan yang paling menggambarkan *queer* adalah dari Beauvoir, tokoh feminisme yang menyebut “seorang wanita tidak dilahirkan sebagai wanita, tetapi dibentuk menjadi wanita” (Wibowo, 2019). Kalimat ini menunjukkan *queer* lahir sebagai penolakan akan label eksklusifitas gender maupun seksualitas serta konsep biner lainnya termasuk LGBT (Driver, 2009). Sederhananya *queer* dapat dikatakan adalah istilah yang menaungi berbagai identifikasi gender maupun seksualitas manusia di luar daripada konstruksi sosial yang dibangun masyarakat termasuk juga LGBT.

Queer menjadi topik yang menarik untuk dibahas di berbagai belahan dunia seiring dengan perkembangan kelompok *queer* yang pesat. Tidak hanya pada bidang kajian keilmuan *queer* telah masuk pada berbagai sektor kehidupan seperti politik, seni, hingga budaya populer. Di Amerika sendiri berdasarkan survei yang dilakukan oleh Pew Research terhitung pada tahun 2019, 61% dari penduduk Amerika mendukung pernikahan sesama jenis. Angka ini 30% lebih tinggi dari pada tahun 2004 yang hanya sekitar 31% (Garnesia, 2019). Keterbukaan pada penerimaan *queer* ini didukung juga pelegalan pernikahan sesama jenis di 32 negara dunia (Editor, 2022). Media memiliki peranan besar dalam mengubah persepsi khalayak dalam memaknai sebuah hal termasuk *queer*. Pengaruh ini tidak lepas dari pesatnya perkembangan teknologi komunikasi ditandai dengan hadirnya internet dan media sosial. Media sosial sebagai inovasi baru dalam dunia digital membawa perubahan perilaku kognitif, afektif dan juga konatif. Informasi dapat didapat dengan mudah tanpa batasan sehingga hal tabu yang jarang dibicarakan pun menjadi terbuka lebar yang mempengaruhi khalayak pengguna. Pengaruh media ini juga yang terjadi dalam kasus penerimaan *queer* di berbagai belahan dunia. Walaupun di Indonesia isu ini banyak ditentang dan tabu, arus informasi maupun kelumrahan yang dilakukan oleh masyarakat dunia lain sedikit banyak mampu mengubah persepsi masyarakat Indonesia Terlebih dengan pesatnya arus pertukaran budaya yang ada seperti saat sekarang. Perubahan ini tentunya berkaitan dengan dari penggunaan media sosial yang jumlahnya terus naik tiap tahunnya di Indonesia.

Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial



Sumber : (We) diakses pada 30 September 2022, pukul 22.21.

Gambar di atas merupakan hasil laporan *We Are Social* mengenai pengguna aktif media sosial di Indonesia. Dapat dilihat terhitung Januari 2022 terdapat kenaikan yang signifikan dari pengguna yaitu 191 juta jiwa, naik 12,6% dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 170 juta jiwa. Media memiliki kemampuan dalam mengubah pandangan khalayak maupun perlakuan terhadap kaum minoritas seksual melalui kaum yang secara demografi paling mudah untuk dipengaruhi yaitu generasi muda. Lebih jauh (Ayoub 2018) mendiskusikan tentang media yang semakin berkembang dengan beragam bentuk meningkatkan komunikasi, komunikasi ini membentuk kontak interpersonal. Menurut Cordon Allport, psikolog berpengaruh, kontak interpersonal ini dalam kesempatan yang benar merupakan salah satu cara yang efektif untuk mengurangi prasangka antara orang dari berbagai kelas baik minoritas maupun mayoritas yang tidak akan dipahami oleh generasi yang lebih tua.

Generasi muda yang terbiasa dengan banyaknya informasi baru menjadi lebih terbuka terhadap pandangan maupun ilmu yang tidak dipahami sebelumnya (Martin, Pilar, & Pangan, 2022). Dimulai dari tidak paham menjadi paham, yang paham menjadi menerima, yang menerima mulai mengikuti budayanya, atau bahkan para kelompok *queer* pada akhirnya berani menunjukkan dirinya kepada masyarakat luas. Media sosial memiliki kelebihan anonimitas yang dapat membuat penggunanya merasa lebih nyaman dalam mengekspresikan dirinya tanpa perlu takut dihakimi secara langsung. Proses unjuk diri ini dapat membuat koneksi yang

semakin luas dan kuat antar kelompok *queer* maupun pendukungnya.

Pertumbuhan kelompok *queer* tentunya menjadi lahan basah bagi media industri hiburan. Terlebih juga kelompok *queer* selayaknya kelompok minoritas lainnya menginginkan adanya representasi identitas dirinya di media yang jarang ada. Hal inilah yang akhirnya membuat industri media mulai mempresentasikan kelompok *queer* dengan menabrak berbagai konstruksi sosial mengenai gender dan seksualitas. Hanya saja, pada banyak kasus representasi ini memunculkan ketidakpuasan pada kelompok *queer* sendiri. Alih-alih memperlihatkan identitas *queer* yang semestinya seringkali media hanya sekedar menarik perhatian kelompok *queer* dan tidak benar-benar peduli dengan representasi malah cenderung mengeksploitasi. Fenomena ini bernama *queerbaiting*.

Queerbaiting secara umum adalah film, acara TV, dan berbagai hasil media yang menarik perhatian khalayak *queer* dengan memberikan petunjuk atau lebih spesifik mengatur hubungan romantis antara sesama jenis ataupun karakter minoritas seksual, lalu kemudian menolak adanya unsur *queer* di dalamnya (Nordin, 2015). Lebih luas lagi *queerbaiting* ditujukan sebagai sebuah teknik pemasaran oleh media untuk menarik kalangan lebih luas dengan membuatnya merasa diwakili lebih berpikiran terbuka. Walaupun sebenarnya agak rancu untuk memahami sebuah hal sebagai *queerbaiting* atau tidak ketika tidak ada pernyataan pasti dari pembuatnya, lebih jauh Brennan dan Michael McDermott dalam (Fathallah, 2021), menulis bahwasannya “*queerbaiting rests on the notion of the ‘true’ meaning of a text*”. Sehingga pemaknaan mengenai suatu konteks yang dibawa apakah teks tersebut *queerbaiting* atau tidak adalah hasil dari pemaknaan utuh teks juga pemaknaan khalayak. *Queerbaiting* tidak hanya eksploitasi tapi juga menjadi bentuk cemoohan kepada kelompok *queer* sendiri. Representasi yang ditampilkan sering kali hanya mempertajam stigma negatif yang ada. Fenomena ini terjadi pada banyak produk media termasuk dalam *personal branding* para figur publik dan selebritis, salah satunya adalah Jefri Nichol.

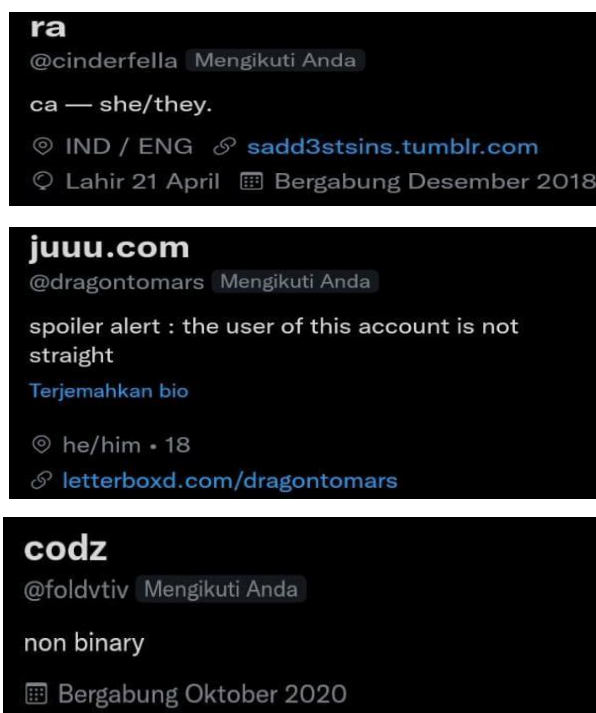
Jefri Nichol adalah aktor ternama Indonesia kelahiran tahun 1999 yang telah cukup lama malang melintang di industri hiburan Indonesia. Ia debut pada tahun 2013, namanya mulai dikenal secara luas ketika membintangi trilogi Dear Nathan yang merupakan adaptasi dari novel remaja populer yang berjudul sama. Walaupun

pada 2019 karir Jefri Nichol sempat terhenti karena tersandung kasus narkoba yang membuatnya harus mendekam di penjara untuk beberapa waktu. Tidak lama setelah keluar dari penjara, Jefri Nichol seperti melakukan perubahan *personal branding*. Segala bentuk perubahan *personal branding* yang dilakukannya ini membuat banyak orang menangkap kalau Jefri sedang melakukan *queerbaiting*. Adapun alasan khusus yang melatarbelakangi penelitian ini adalah :

1.1.1 Queerbaiting dan Realita Kelompok Queer di Indonesia

Selebritis dengan persona *queer* sejatinya sudah ada sejak lama. Baik secara penampilan maupun dalam identitasnya. Nama-nama besar bintang papan atas dunia seperti Madonna, David Bowie, atau yang lebih baru ada Cardi B, Lil Nas X, Lady Gaga, dan banyak lainnya telah menggunakan persona ini baik dengan penampilan *queer* ataupun identitasnya. Di Indonesia sendiri nama paling besar dengan persona ini adalah Dorce Gamalama atau akrab disapa Bunda Dorce juga ada Olga syahputra, Ruben Onsu dan lain sebagainya. Persamaan dari semua nama tersebut adalah tidak ada yang menuduh mereka melakukan *queerbaiting*. Hal ini tentunya menimbulkan pertanyaan bagaimana mungkin nama-nama di atas tidak sedangkan Jefri Nichol dianggap melakukan *queerbaiting*. Meskipun dari beberapa nama di atas mengidentifikasi dirinya sebagai heteroseksual. Menurut (Luo, 2020), pada selebriti sendiri kebenaran terletak pada identitas seksual sebenarnya yang dimiliki oleh orang tersebut juga penerimaan khalayak. Hal ini senada dengan yang dinyatakan oleh (Parahoo, 2020) bahwasannya *queer* tidak akan lepas dari keotentikannya. Sehingga untuk diterima dan tidak diasosiasikan dengan *queerbaiting* penting untuk memenuhi dua persyaratan utama agar dapat dikatakan otentik. Pertama selebriti/seniman harus menunjukkan kepedulian juga ketertarikan yang murni kepada budaya *queer* spesifik pada penerimaan diri berhubungan dengan identitas *queer* yang dimiliki (pribadi yang otentik). Kedua adalah kelompok *queer* harus memvalidasi keotentikan yang dimiliki seniman tersebut bukan klaim sendiri (budaya yang otentik). Sehingga dalam kasus Jefri Nichol penting untuk melihat pemaknaan yang ditangkap oleh kelompok *queer*.

Gambar 1. 2 Akun Twitter Kelompok *Queer*



Sumber : (Tangkapan Layar Pribadi) diakses pada 7 Oktober 2022.

Perkembangan media sosial dan arus informasi yang kencang dengan anonimitas membuat banyak kelompok *queer* menjadi lebih terbuka karena merasa aman. Kelompok *queer* dapat mengekspresikan diri, pendapat, dan pandangannya walaupun secara tidak langsung sehingga perkembangan kelompok *queer* menjadi semakin luas dan keinginan representasi semakin nyata. Hal ini jugalah menjadi alasan kuat kenapa *queerbaiting* dapat mulai diterapkan di Indonesia. Pada gambar di atas dapat dilihat banyak kelompok *queer* ataupun pendukungnya yang disebut *ally*. Secara terbuka melalui bio media sosial seperti twitter menggunakan istilah atau pelabelan seksual maupun gender yang digunakan kelompok *queer*.

Bagaimanapun dunia maya berbeda dengan dunia nyata. *Queerbaiting* sebagai diskursus terhitung baru, apalagi di Indonesia mengingat bagaimana realita kelompok *queer* di Negara ini. Peraturan mengenai identitas gender dan seksual yang tidak dapat ditawarkan ini menjadikan kelompok yang berada di luar daripada identitas yang diakui termarginalkan sehingga tidak jarang mendapatkan diskriminasi. Pada media konvensional sendiri dapat dilihat pada

aturan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) terdapat larangan promosi LGBT/*queer* di televisi karena dianggap melanggar asusila dan mengganggu psikologi anak. Larangan ini mencakup segala hal yang berhubungan dengan identitas *queer* termasuk laki-laki yang berpakaian perempuan pun sebaliknya. Berbicara mengenai representasi *queer* di media Indonesia pun apabila ditilik lebih jauh tidak lebih dari bahan tertawaan, peramai suasana, ataupun penggodha dan berbagai stigma masyarakat lainnya. Pada pemerintahan dan masyarakat pun kelompok *queer* selalu ditekan karena dianggap menyimpang dan harus dikucilkan. Tidak satu dua kali ancaman kriminalisasi LGBT digaungkan oleh pejabat pemerintahan. Pada lembaga pendidikan pun seperti beberapa waktu lalu tepatnya pada Agustus 2022 (Pasabuan, 2022), salah satu mahasiswa Universitas Hasanuddin, Makassar diusir dan dipermalukan oleh dosennya di depan umum karena mengaku sebagai non-biner atau gender netral ketika ditanya mengenai jenis kelaminnya. Tidak hanya berupa verbal Diskriminasi yang didapat kelompok *queer* juga fisik yang membuat perlunya bantuan dari lembaga yang dapat memberi perlindungan kepada mereka. Hanya saja lembaga swadaya ini biasanya berpusat di kota besar yang membuat kelompok *queer* yang berada di kota besar merasa lebih aman dengan mudahnya akses. Hal berbeda terjadi pada kelompok *queer* yang ada di desa mau tidak mau harus tertutup dan hidup dalam ketakutan (Ridwan & Wu, 2018). Suara mereka seringkali tidak didengar bahkan dipaksa bungkam sehingga penting untuk mendengarkan langsung pemahaman kelompok sebenarnya tidak diwakilkan oleh kelompok lain yang tidak paham.

1.1.2 Reaksi masif Terhadap Personal Branding yang Digunakan Aktor Jefri Nichol

Jefri Nichol menjadi salah satu aktor paling populer di Indonesia pada saat ini. Setiap film yang dibintanginya laris manis di tonton oleh hingga jutaan kali. Selain karena kemampuan akting, gaya berbusana, paras tampannya, Jefri juga dikenal dengan ke vokalannya terhadap berbagai isu yang sedang hangat. Kepopuleran Jefri Nichol juga dapat dilihat dari pengikut media sosialnya. Per tanggal 7 Oktober 2022, pengikut Instagram Jefri Nichol dengan username

@jefrinichol mencapai 7,7 juta, sedangkan akun Twitternya mencapai lebih dari 1,2 juta pengikut. Kedua angka ini terhitung sangat besar untuk ukuran aktor Indonesia. Kepopuleran dan juga banyaknya pengikut yang dimiliki tentunya membuat apapun yang dilakukan Jefri Nichol menjadi sorotan publik termasuk soal *personal branding* baru yang dibangunnya.

Personal branding baru yang dibangun Jefri Nichol awalnya menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang melawan konstruksi sosial mengenai gender dan cara berpakaian. Dikatakan baru karena *personal branding* ini bukanlah yang sama dengan yang dimilikinya saat debut. *personal branding* baru ini dimulai ketika Jefri Nichol keluar dari penjara karena kasus penyalahgunaan obat-obatan terlarang. Jefri Nichol mulai berpakaian yang diidentikkan dengan gender perempuan, mengenakan *make up* dan lain sebagainya. Perubahan ini memunculkan beberapa reaksi di media sosial yang menuduh bahwa Jefri Nichol Melakukan *queerbaiting*. Tuduhan ini di respon oleh Jefri dalam sebuah wawancara ketika ditanya apa pandangannya mengenai pria yang menggunakan kutek dan *make up*. Ia menjawab bahwa hal itu dapat menghancurkan batasan yang ada. Sudah seharusnya setiap orang berpakaian yang nyaman karena *fashion* tidak sekaku itu (Oktiani, 2021). Ucapannya ini diamini banyak orang terutama penggemar walaupun masih ada yang tetap kontra.

(Kirana, 2021) juga menyebut dalam fase ini masih terlalu dini untuk menyebut bahwa apa yang dilakukan Jefri Nichol adalah *queerbaiting*. Penggunaan pakaian lintas gender dapat juga diartikan pengekspresian diri. Praktik gender bender atau penggunaan pakaian yang tidak sesuai dengan gender yang dimiliki harusnya tentu sah saja pada taraf tertentu. Malah dengan langsung melakukan tuduhan ketika seseorang berpakaian tidak sesuai dengan gender yang ditetapkan, menunjukkan biner gender yang masih berlaku. Hingga sampailah pada April 2022, Jefri Nichol mengunggah sebuah foto di akun instagram pribadinya yang memicu beragam reaksi dari warganet. Pada foto tersebut terlihat Jefri Nichol berciuman dengan temannya yang juga pria. Namanya menjadi trending topic selama beberapa waktu. Awalnya masyarakat

marah mengira bahwa Jefri Nichol sedang *come out* sebagai gay. Namun Jefri merespon melalui Instagram *story* bahwa ia dan temannya tidak sedang berciuman juga mengeluarkan pernyataan kalau dia adalah pria *straight*. Jawaban ini sontak memicu reaksi masif yang menuduh ia melakukan *queerbaiting*.

Gambar 1. 3 Contoh Tuduhan Queerbaiting



Sumber : (Tangkapan Layar Pribadi) diakses pada 7 Oktober 2022.

Gambar 1. 4 Reaksi Terhadap Unggahan *Queerbaiting*



Sumber : (Tangkapan Layar Pribadi) diakses pada 7 Oktober 2022.

Gambar 1. 5 Pemberitaan Reaksi Unggahan Jefri nichol



Pada gambar 1.3, dapat dilihat bahwa pengguna Twitter @90SREMIX mempertanyakan apa alasan Jefri mengunggah foto tersebut. Selain itu juga meminta Jefri Nichol untuk berhenti melakukan *queerbaiting*. Tweet ini disukai hingga lebih dari 25 ribu dan di-*retweet* sebanyak 5.534 kali. Walaupun begitu masih banyak yang membela apa yang dilakukan oleh Jefri Nichol terutama pada kalangan pendengar. Sebagai respon atas pembelaan tersebut pengguna Twitter @GEM7UN meretweet tweet sebelumnya seperti terlihat pada gambar 1.4. Pengguna ini menunjukkan perbedaan respon masyarakat Indonesia terhadap orang yang memperlihatkan persona *queer* di media sosial melalui emoji. Respon kepada Jefri Nichol menunjukkan suka cita, rasa sayang, dan penerimaan. Sedangkan kepada Ragil, respon yang diberikan adalah kebencian dan penolakan. Ragil sendiri adalah seorang warga negara Indonesia berorientasi seksual gay yang telah menikah, tinggal di Jerman, dan aktif mengunggah konten kehidupannya di media sosial.

Perbedaan reaksi ini tentunya menunjukkan keuntungan yang dimiliki Jefri Nichol dibandingkan kelompok *queer* sebenarnya. Realita Ini menunjukkan seseorang yang terkenal dapat melakukan sesuatu yang bukan dirinya dan dapat diterima bahkan dianggap berani sedangkan kelompok yang sebenarnya memiliki identitas tersebut harus hidup dalam ketakutan akan

identitasnya yang mana sangat tidak adil. Walaupun Jefri Nichol sudah meminta maaf, warganet masih menyayangkan apa yang dilakukannya apalagi ketika alasan mengunggah tersebut adalah karena bercanda. Hanya saja hingga saat ini 28 November 2022 unggahan tersebut masih ada di akun instagram resminya. Pendapat lainnya adalah Jefri Nichol berusaha memancing orang-orang yang menyukai hubungan antar sesama pria atau yang disebut fujoshi dengan mewujudkan fantasi mereka. Tidak sedikit juga yang memahami dan menganggap hal ini hanyalah candaan biasa bahkan memuji Jefri Nichol yang nyaman dengan seksualitasnya. Reaksi masif di media sosial yang beragam inilah menjadi alasan lainnya penulis ingin meneliti lebih jauh.

1.1.3 Mahasiswa Kelompok Queer Memiliki Usia, Pengalaman, Cara Berfikir yang sesuai dengan Penelitian

Banyaknya reaksi terhadap *personal branding* Jefri Nichol tentunya membutuhkan pemaknaan langsung dari kelompok *queer*. Hal inilah yang membuat peneliti ingin meneliti lebih jauh apakah *personal branding* yang dimiliki oleh Jefri Nicholl merupakan *queerbaiting* atau itu hanya tuduhan tak berdasar dari orang di media sosial yang tidak memahami bagaimana *queer* yang sebenarnya. Adapun alasan kenapa spesifik dipilihnya mahasiswa kelompok *queer* sebagai subjek penelitian penulis bagi dalam 3 alasan utama :

- a. Pertama, usia. Jefri Nichol saat ini berusia 23 tahun. Dikenal sejak remaja penggemarnya ataupun orang yang mengenai dirinya berada pada kelompok usia yang tidak jauh berbeda. Selain itu juga media sosial dan juga *queer* berkembang pada tahun-tahun perkembangan usia ini yang membuat pengetahuan mengenai istilah *queer* sedikit banyak dapat dipahami. Apalagi pengguna aktif media sosial didominasi oleh usia 18-34 yang selaras dengan usia mahasiswa. Di Indonesia sendiri untuk perguruan tinggi strata 1 umur mahasiswa berada di usia 18-25 tahun. Pada usia ini sejatinya manusia dikategorikan berada pada akhir remaja dan awal dewasa dimana masih mencari jati diri ataupun sudah menemukannya. Sehingga dapat menempatkan diri sesuai dengan kelompok yang sesuai dengan diri.
- b. Kedua, pengalaman. Penginterpretasian sebuah pesan tentunya tidak lepas dari

pengalaman yang pernah dialami. Pengalaman paling dekat adalah mahasiswa kelompok *queer* sebagai bagian dari komunitas *queer* di Indonesia. Kesamaan pengalaman ini membuat pemaknaan yang timbul menjadi lebih valid. Selain itu juga dalam kaitan dengan paparan para mahasiswa dengan media sosial dalam hal ini adalah segala hal yang berhubungan dengan *personal branding* Jefri Nichol. Seperti di antaranya unggahan media sosial maupun wawancara yang berkaitan dengan ini.

- c. Terakhir yang ketiga, cara berpikir. Mahasiswa penulis anggap sebagai individu yang jauh lebih kritis dan berakal sehat. Lebih jauh mahasiswa memiliki tingkatan intelektualitas yang jauh lebih tinggi yang didalamnya mencakup kecerdasan dalam berfikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat juga tepat merupakan sifat yang cenderung ada pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Cara berfikir ini dapat membuat mahasiswa memilah informasi dan berpikir lebih jernih terhadap pesan yang didapat. Sehingga pemaknaan dan pemahaman yang ditimbulkan dan data yang didapat juga semakin baik. Menjadi *queer* tentunya juga memiliki cara berfikir yang otentik sehingga dapat memaknai hal ini secara lebih objektif.

Berdasarkan penjelasan, asumsi dan permasalahan yang telah dijabarkan, penulis ingin mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak mengenai suatu hal yang menyangkut pada representasi kelompok. Penelitian ini penulis susun dalam judul, **Resepsi Mahasiswa Kelompok *Queer* Terhadap *Personal branding Queerbaiting* (Analisi Pada Aktor Jefri Nichol).**

1.2 Rumusan Masalah

Daripada latar belakang yang telah dikemukakan maka dapatlah diperoleh rumusan masalah pokok pada penelitian ini yaitu :

Bagaimana resepsi mahasiswa kelompok *queer* Universitas Sriwijaya terhadap *personal branding queerbaiting* aktor Jefri nichol ?

1.3 Tujuan Penelitian

Daripada rumusan masalah yang telah disebutkan tujuan pokok penelitian ini adalah untuk:

Mengetahui resepsi mahasiswa kelompok *queer* Universitas Sriwijaya terhadap *personal branding queerbaiting* aktor Jefri Nichol.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat diharapkan dapat mengembangkan teori- teori komunikasi yang telah dipelajari. Selain itu juga memberikan tambahan bahan kajian terutama dalam penelitian mengenai analisis resepsi dan teori *encoding-decoding*. Terakhir dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi terkhususnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk menambah informasi mengenai analisis resepsi khalayak terhadap *personal branding* selebritis. Semoga juga bisa menjadi masukan kepada pihak media dan industri hiburan mengenai berpengaruhnya kedudukan pesan yang dibawa kepada khalayak

Daftar Pustaka

- Azcarate, M. (2022). Queerbaiting: A Sign Of The Times, Could It Be Good? *The Next Cartel*. Retrieved from <https://thenextcartel.com/observatory/queerbaiting-a-sign-of-the-times-could-it-be-good/>
- Brennan, J. (2018a). Queerbaiting: The ‘playful’ possibilities of homoeroticism. *International Journal of Cultural Studies*, 21(2), 189–206. <https://doi.org/10.1177/1367877916631050>
- Brennan, J. (2018b). Slashbaiting, an alternative to queerbaiting. *Journal of Fandom Studies, The*, 6(2), 187–204. https://doi.org/10.1386/jfs.6.2.187_1
- Dictionary.com. (n.d.). Thot. Retrieved March 20, 2007, from <https://www.dictionary.com/browse/thot>
- Driver, S. (2009). Queer youth cultures. *Choice Reviews Online*, 46(08), 46-4746-46–4746. <https://doi.org/10.5860/choice.46-4746>
- Dwiwardani, W., & Handayani Setyaningsih, W. (2021). Hegemoni Dan Negosiasi Dalam Gaya Berbusana. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(1), 99. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i1.28126>
- Editor. (2022). 32 Negara yang Melegalkan LGBT dan Pernikahan Sejenis. Retrieved from <https://era.id/internasional/101967/negara-yang-melegalkan-lgbt>
- Fathallah, J. (2021). Is stage-gay queerbaiting? The politics of performative homoeroticism in emo bands. *Journal of Popular Music Studies*, 33(1), 121–136. <https://doi.org/10.1525/jpms.2021.33.1.121>
- Garnesia, I. (2019). Pandangan Terhadap LGBT: Masih Soal Penyakit Sosial dan Agama. Retrieved January 26, 2023, from <https://tirto.id/pandangan-terhadap-lgbt-masih-soal-penyakit-sosial-dan-agama-edju>

- Jagose, A. (1997). Queer Theory: An Introduction. *The Mathematical Gazette*, 81(490), 165–166.
- Kirana, L. S. (2021). Ketika Figur Publik Pria Bergaya Feminin: Queerbaiting atau Revolusioner? Retrieved from <https://pmb.brin.go.id/ketika-figur-publik-pria-bergaya-feminin-queerbaiting-atau-revolusioner/>
- KPI. (2016). Edaran kepada Seluruh Lembaga Penyiaran Mengenai Pria yang Kewanitaan. Retrieved from <https://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/33267-edaran-kepada-seluruh-lembaga-penyiaran-mengenai-pria-yang-kewanitaan>
- 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>
- Luo, L. (2020). Queerbaiting: queer visibility in media representation or digital media's exploitation? *Academia*, (March), 1–9.
- Maimunah, M. (2016). Memahami Teori Queer Di Budaya Populer Indonesia: Permasalahan Dan Kemungkinan. *Lakon : Jurnal Kajian Sastra Dan Budaya*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.20473/lakon.v3i1.1926>
- Martin, C. D. M., Pilar, N. M. S., & Pangan, R. D. (2022). A Phenomenological Study on the Reception of Philippine LGBTQ+ Audiences Towards Queerbaiting in American Television Series. *Asian Journal of Behavioural Sciences*, 4(2), 1–18. <https://doi.org/10.55057/ajbs.2022.4.2.1>
- Mathieu, D. (2015). The Continued Relevance of Reception Analysis in the Age of Social Media. *Trípodos*, 0(36), 13–34. Retrieved from http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/240%5Cninternal-pdf://1298/240.html
- McDermott, M. (2021). The (broken) promise of queerbaiting: Happiness and futurity in politics of queer representation. *International Journal of Cultural Studies*,

24(5), 844–859. <https://doi.org/10.1177/1367877920984170>

- Moleong, L. J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (38th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nashrullah, N. (2019). ICRS Peringatkan Kecenderungan Indonesia Kian Konservatif. *Republika*. Retrieved from <https://khazanah.republika.co.id/berita/pqgh3w320/icrs-peringatkan-kecenderungan-indonesia-kian-konservatif>
- Nordin, E. (2015). *From Queer Reading to Queerbaiting: The Battle Over the Polysemic Text and the Power of Hermeneutics*. Retrieved from <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:839802/FULLTEXT01.pdf%0Ahttp://www.diva-portal.se/smash/record.jsf?dswid=-5260&pid=diva2%3A839802&c=9040&searchType=SIMPLE&language=en&query=&af=%5B%22topOrganisationId%3A504%22%2C%22publicationTypeCode%3Astudent>
- Oktiani, V. (2021). Jefri Nichol Kembali Tampil Feminin Pakai Rok, Netizen: The Next Harry Styles. Retrieved from <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-5616962/jefri-nichol-kembali-tampil-feminin-pakai-rok-netizen-the-next-harry-styles>
- Parahoo, R. (2020). Exploring Being Queer and Performing Queerness in Popular Music. *Electronic Thesis and Dissertation Repository*. Retrieved from <https://ir.lib.uwo.ca/etdhttps://ir.lib.uwo.ca/etd/7010>
- Pasabuan, I. (2022). Unhas Selidiki Mahasiswa FH Ngaku Non-Biner Saat Ospek Diduga Gay. Retrieved from <https://www.detik.com/sulsel/berita/d-6247123/unhas-selidiki-mahasiswa-fh-ngaku-non-biner-saat-ospek-diduga-gay>
- Quatham, N. N., & Joy, P. (2021). Being in a queer time: Exploring the influence of the COVID-19 pandemic on LGBTQ+ body image.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1111%2F1747-0080.12699>

- Rafi, S. Y., Hamzah, R. E. E., & Pasaribu, M. (2021). Pengalaman Komunikasi LGBT Genarasi Z Melalui Media Sosial. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 4(1), 31–40. <https://doi.org/10.32509/petanda.v4i1.1841>
- Renata, A. (2021). Perkara Arsip Majalah dan Zine LGBTIQ+ di Indonesia. Retrieved from https://kbr.id/berita/10-2021/perkara_arsip_majalah_dan_zine_lgbtiq__di_indonesia/106553.html
- Ridwan, R., & Wu, J. (2018). ‘Being young and LGBT, what could be worse?’ Analysis of youth LGBT activism in Indonesia: challenges and ways forward. *Gender and Development*, 26(1), 121–138. <https://doi.org/10.1080/13552074.2018.1429103>
- Rzn. (2017). Survey: Muslim Indonesia Semakin Konservatif. Retrieved from <https://www.dw.com/id/survey-muslim-indonesia-semakin-konservatif/a-40410411>
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Trendfashion, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi Fashion Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Shaw, A. (2017). Encoding and decoding affordances: Stuart Hall and interactive media technologies. *Media, Culture and Society*, 39(4), 592–602. <https://doi.org/10.1177/0163443717692741>
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, (1), 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Surokim As. (2017). Internet, Media Sosial, Dan Perubahan Sosial Di Madura, 137. Retrieved from <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-4-IKOM-Internet-Media-Sosial-dan-Perubahan-Sosial-di-Madura.pdf>

- Wibowo, S. F. (2019). Ketaksaan Identitas Gender Dalam Cerpen “Saya Di Mata Sebagian Orang”: Analisis Teori Queer. *LOA: Jurnal Ketatabahasaan Dan Kesusastraan*, *14*(2), 129–138. <https://doi.org/10.26499/loa.v14i2.1764>
- Woods, N., & Hardman, D. (2022). ‘It’s just absolutely everywhere’: understanding LGBTQ experiences of queerbaiting. *Psychology and Sexuality*, *13*(3), 583–594. <https://doi.org/10.1080/19419899.2021.1892808>
- Yulia, R., -, Y., & Endang SM, A. (2016). Diskriminasi Pada Pria Bergaya Feminin. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, *3*(1). <https://doi.org/10.37676/profesional.v3i1.292>