

MEMAHAMI PENGUNGKAPAN DIRI INDIVIDU LESBIAN GAY BISEXUAL DAN TRANSGENDER (LGBT) DI MEDIA SOSIAL

Rindiana Kiswari, S.Rouli Manalu, Turnomo Rahardjo

anarindiana20@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024)7465407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The increasing frequency of LGBT individuals expressing themselves in the midst of stigma and discrimination against LGBT raises questions about how LGBT individuals use social media as a platform to express themselves, manage privacy, describe the experience of expressing themselves online, feedback and its impact on their behaviour in real life. This will be examined using the concepts of Self-disclosure, Communication Privacy Management and Stigma Theory. This research is a qualitative study using Interpretive Phenomenology Analysis (IPA) with in-depth interview techniques.

The researcher found that the characteristics of social media platforms (anonymity and LGBT-friendly of Twitter, Instagram's interesting pictures and videos, and Tiktok as a youth social media with a wide range) become criteria in choosing and managing self-disclosure on social media. Friending action through the block, hide, close friend, implicit caption features is an effort to manage boundaries. Forms of self-disclosure include sexual orientation (coming out, romance, sexual life, coming out in RL, roles in relationships) and campaigns/advocacy (Self-acceptance', 'Stop bullying', 'Gender and Sexual Diversity', 'Human rights' and LGBT Culture). LGBT individuals choose to focus on positive responses only. Then there is the negotiation of LGBT identity with religion related to internalised stigma after self-disclosure. There is a good feeling of being famous. Furthermore, turbulence in the management of private information on social media makes informants review and make new rules in expressing themselves. Researchers suggest that LGBT individuals use the features provided by social media to the fullest to achieve commonality of meaning and reduce the possibility of being stigmatised due to the lack of commonality of meaning. Researchers suggest studying the management of private information of LGBT individuals on social media with various levels of popularity in future research.

Keywords: *LGBT Culture, Friending-action, Multiple-accounts, Privacy Management, Self/Impression Management, Stigma.*

ABSTRAK

Meningkatnya frekuensi individu LGBT dalam mengekspresikan diri di tengah stigma dan diskriminasi terhadap LGBT memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana individu LGBT menggunakan media sosial sebagai platform untuk mengekspresikan dirinya, mengelola privasi, menggambarkan pengalaman mengekspresikan diri secara online, umpan balik dan dampaknya terhadap perilaku mereka di kehidupan nyata. Hal ini akan dikaji menggunakan konsep Self-disclosure, Communication Privacy Management dan Stigma Theory. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan Interpretive Phenomenology Analysis (IPA) dengan teknik wawancara mendalam.

Peneliti menemukan bahwa karakteristik platform media sosial (anonimitas dan LGBT-friendly Twitter, gambar dan video menarik Instagram, dan Tiktok sebagai media sosial anak muda dengan jangkauan luas) menjadi kriteria dalam memilih dan mengelola pengungkapan diri di media sosial. Friending action melalui fitur blokir, menyembunyikan, teman dekat, implisit caption merupakan upaya pengelolaan batasan. Bentuk pengungkapan diri meliputi orientasi seksual (pengungkapan identitas seksual LGBT, romansa, kehidupan seksual, come out di RL, peran dalam hubungan) dan kampanye/advokasi (Self-acceptance', 'Stop bullying', 'Gender and Sexual Diversity', 'Human right' dan LGBT Culture). Individu LGBT memilih fokus kepada respon positif saja. Kemudian ada negosiasi identitas LGBT dengan agama terkait internalized stigma setelah melakukan pengungkapan diri. Terdapat perasaan senang menjadi terkenal. Selanjutnya, turbulensi dalam pengelolaan informasi privat di medsos membuat informan mengaji ulang dan membuat aturan baru dalam mengekspresikan diri. Peneliti menyarankan agar individu LGBT menggunakan fitur yang disediakan oleh media sosial secara maksimal untuk mencapai kesamaan makna dan mengurangi kemungkinan untuk mendapatkan stigma akibat dari ketidaksamaan makna. Peneliti menyarankan untuk mengkaji mengenai pengelolaan informasi privat individu LGBT di media sosial dengan tingkat kepopuleran yang beragam pada penelitian selanjutnya.

Kata kunci: *LGBT Culture, Friending-action, Multiple-accounts, Management Privacy, Self/Impression Management, Stigma*

PENDAHULUAN

Lesbian, Gay Bisexual dan Transgender atau LGBT merupakan suatu identitas seksual yang dianggap 'berbeda' daripada heterosexual yang menjadi identitas seksual mayoritas dan dianggap normal oleh masyarakat. Dan tidak dipungkiri sebagai kelompok minoritas seksual yang dianggap berbeda ini sering kali mendapat stigma atau pelabelan negatif yang berakhir dengan diskriminasi dari kelompok mayoritas, sehingga haknya dalam berserikat, berekspresi dan menyatakan pendapat sebagai individu menjadi terbatas.

Menurut data dari Lembaga Bantuan Hukum Masyarakat dalam laporannya berjudul "Kelompok Minoritas Seksual Dalam Terpaan Pelanggaran HAM" yang dipublikasikan pada 2019, beberapa stigma yang sering diterima oleh LGBT pada media yaitu bertentangan dengan agama, tidak sesuai dengan hukum dan budaya Indonesia, berbahaya, sumber penyebaran HIV dan IMS Penyakit, menyimpang, merusak generasi muda, penyebab bencana alam, azab, gangguan jiwa, liberalisme, ancaman keamanan negara, maksiat, menular, disamakan dengan terorisme dan pembunuhan, gerakan politik global (Teresia,

2019, hlm. 12). Selain itu, melansir dari Tempo.co (2019) di Indonesia sendiri, Arus Pelangi, melaporkan 1.850 korban pelecehan sejak 2006 hingga 2018.

Oleh karena masalah stigmatisasi dan diskriminasi terhadap identitas kelompok LGBT tersebut yang menjadi persoalan bagi setiap individu LGBT, maka munculah kemauan dari setiap individu untuk mencari alternatif lain dalam mengekspresikan diri mereka salah satunya melalui media sosial. Penelitian Sachs (2020) dari Yale University yang berjudul *The TikTok Self: Music, Signaling, and Identity on Social Media* menunjukkan bahwa selama karantina akibat pandemic COVID-19 telah terjadi peningkatan pengguna TikTok secara individu telah mengungkapkan identitas mereka. Meskipun begitu, *cyberspace* juga menjadi tempat berbahaya terkait *cyberbullying*.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana individu LGBT menggunakan media sosial sebagai platform untuk berekspresi melalui unggahan, baik dalam bentuk gambar, video, *audio/sound*, *text/symbol* (baik dalam caption, deskripsi profile, ataupun username) mengenai hal privat seperti contohnya orientasi seksual, peran dalam hubungan, kisah percintaan yang telah atau sedang dialami, proses untuk *coming out* termasuk kepada keluarga atau lingkungan sekitar ataupun informasi privat lainnya di tengah *feedback* berupa stigmatisasi dan diskriminasi yang didapatkan dari pertukaran pesan antara partisipan komunikasi yaitu individu LGBT dan pengguna media sosial lain yang merupakan kelompok mayoritas.

KERANGKA TEORI

Konsep Pengungkapan diri

Pengungkapan diri sebagai komunikasi yang disengaja dan memiliki tujuan untuk mengomunikasikan informasi mengenai diri mereka terutama hal yang bersifat privat salah satunya mengenai orientasi seksual. Pengungkapan diri ini dapat melalui lisan, *caption*, *hashtag*, *audio*, maupun simbol.

Konsep LGBT

LGBT merupakan akronim dari Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender. LGBT merupakan identitas seksual dan gender, identitas seksual sendiri merupakan suatu ketertarikan baik secara fisik maupun emosional terhadap orang lain. Gay dan Lesbian memiliki ketertarikan kepada sesama jenis, biseksual memiliki ketertarikan baik ke sesama jenisnya maupun lawan jenis, sedangkan transgender merupakan seseorang yang merasa memiliki gender yang berbeda dari alat kelamin yang lahir bersamanya.

Media Sosial

Hal yang akan dilihat dari media sosial disini, sebagai platform dalam jaringan seperti Instagram, Tiktok, dan Twitter yang dapat digunakan untuk mengekspresikan diri dalam bentuk seperti:

- a) Unggahan baik dalam bentuk gambar, video, audio/sound, teks/symbol (baik dalam caption, deskripsi profile, ataupun username) mengenai informasi privat seperti contohnya :
 - orientasi seksual (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender),
 - peran dalam hubungan seksual
 - kisah percintaan yang telah atau sedang dialami (single, berpacaran, putus hubungan atau masa pendekatan)
 - proses untuk pengungkapan diri termasuk kepada keluarga dan lingkungan sekitar
 - ataupun informasi privat lainnya yang mungkin ditemukan pada saat penelitian
- b) *Privacy* dan *control* dalam berekspresi pada unggahan di media sosial yang dapat dilihat melalui:
 - pengaturan akun sebagai akun public yang bisa dilihat semua pengguna media

sosial tersebut atau akun privat yang mengharuskan pengguna lain menjadi teman, atau pengikut melalui persetujuan pemilik akun

- pengaturan unggahan yaitu dilihat dari pengaturan khalayak pada unggahan yang telah di upload, apakah unggahan tersebut untuk public, teman/pengikut, pengikut yang diikuti balik (mutual), atau menggunakan fitur dikecualikan untuk akun tertentu
- block atau pembatasan akun milik orang lain untuk berinteraksi dengan responden, sehingga akun yang diblokir tersebut tidak menemukan dan berinteraksi dengan akun responden.

Stigma

Stigma merupakan ‘tanda’ atau ‘label’ yang diberikan kepada seseorang atau kelompok orang yang memiliki suatu hal yang berbeda atau buruk berdasarkan standar moral yang umum pada masyarakat tersebut. Bagaimana stigma dilihat yaitu berdasarkan:

- a. *enacted stigma* (kasus nyata dari diskriminasi yang dialami) yaitu dalam bentuk:
 - *suspended account* sehingga responden kehilangan hak untuk mengunggah atau bahkan dihapus akun tersebut karena pengaduan akun-akun lain terkait alasan orientasi seksualnya
 - komentar atau balasan baik dalam bentuk tulisan, gambar, video maupun audio pada akun responden yang sifatnya melabeli LGBT sebagai hal yang buruk.
- b. *internalized stigma* (devaluasi diri berdasarkan orientasi seksual atau identitas gender), yaitu dengan melihat dari bagaimana responden memandang diri mereka, apakah mereka memandang diri mereka karena orientasi seksualnya adalah menjijikan, merusak bangsa ataupun stigma lainnya.
- c. *anticipated stigma* (kekhawatiran akan kemungkinan kasus diskriminasi di masa

depan), yaitu dengan mengetahui kekhawatiran apa yang dirasakan dan tindakan apa yang dilakukan untuk merespon kekhawatiran tersebut.

Self-disclosure

Menurut Chaudoir & Fisher (2010) self-disclosure atau pengungkapan diri merupakan komunikasi yang disengaja untuk memberikan informasi mengenai diri kepada orang lain. Pertimbangan dalam keputusan untuk mengungkap identitas terstigmatisasi yang tersembunyi lebih kompleks karena dapat menimbulkan konsekuensi sosial yang negatif, sehingga perlu mempersiapkan penolakan dan diskriminasi ini. Misalnya, orang yang "come out of the closet" tentang orientasi seksualnya kemudian menjadi korban kejahatan, pelecehan verbal, dan diskriminasi pekerjaan atau tempat tinggal (Herek, 2009 dikutip dari Chaudoir & Fisher, 2010, hlm. 236). Menurut Masur (2019) dalam *Theories of Self-Disclosure*, terdapat dua aspek penting dalam mendefinisikan pengungkapan informasi diri berdasarkan penerima informasi pengungkapan diri. Pertama, penting untuk di catat bahwa syarat *self-disclosure* adalah mengungkapkan informasi diri kepada setidaknya tidak satu orang lain. Kedua, pengungkapan diri yang sebelumnya telah dipelajari secara tradisional dalam hubungan *dyadic*, namun sekarang dapat juga terjadi dalam bentuk komunikasi *one-to-many*. Orang sering mengekspos informasi tentang diri mereka kepada audiens yang lebih besar, terutama dalam komunikasi berbasis komputer, baik secara personal maupun dalam kelompok. Social network sites (SNS) memainkan peran utama dalam pengungkapan diri secara online pada remaja lebih dari sebelumnya (Vijayakumar & Pfeifer, 2020, hlm. 136). Meskipun orang memiliki keinginan internal untuk pengungkapan diri, mereka dengan hati-hati mempertimbangkan perilaku apa yang memuaskan dan pengungkapan apa yang mungkin

berbahaya—dalam artian tidak menyampaikan kesan yang menguntungkan. Secara paralel, orang termotivasi untuk melindungi privasi mereka, yang didefinisikan sebagai kebutuhan sekunder (Krämer & Schäwel, 2020, hlm. 69–70).

Communication Privacy Management Theory

Merupakan teori yang dikembangkan oleh Sandra Petronio, yang secara utuh dipublikasikan 2002. Dasar dari asumsi Communication Privacy Management Theory adalah asumsi mengenai bagaimana individu berkomunikasi dan berpikir sebagaimana asumsi mengenai *the nature of human beings* (West & Turner, 2021). Teori CPM adalah teori dialektika karena berfokus pada ketegangan yang terlibat dalam keterbukaan terhadap orang lain dengan tetap menjaga privasi. Petronio berargumen bahwa ketegangan dialektika dengan sikap terbuka digunakan untuk memahami privasi secara khusus. Terdapat 5 prinsip dari CPM, yaitu:

Ownership di mana seseorang percaya bahwa dia memiliki informasi mengenai dirinya, dan dia dapat mengatur informasi tersebut sesuai dengan keinginannya.

Control, seseorang mengembangkan batasan untuk mengontrol informasi personalnya.

Rules, seseorang membagikan dan menyembunyikan informasi berdasarkan sistem aturan (peraturan). Dalam CPM Theory terdapat dua kriteria yang digunakan untuk mengembangkan aturan privasi. Dua tipe kriteria tersebut digunakan untuk memisahkan boleh atau tidaknya orang lain mengakses informasi yaitu *core criteria* dan *catalyst criteria*. Mengenai *core criteria*, ahli teori CPM berpendapat bahwa keputusan untuk mengungkapkan atau menyembunyikan dapat bergantung pada isu-isu seperti budaya. Pertimbangan bagaimana budaya (gender, komunitas

budaya, resiko dan benefit dll.) sebagai pedoman ekspektasi privasi individu.

Co-ownership, orang lain menjadi co-owner atas informasi pribadi orang lain sesuai dengan aturan terkait asosiasi, permeabilitas, dan kepemilikan. Ketika informasi privat dibagikan, *boundary* disekitarnya disebut *collective boundary*, dan informasinya tidak hanya mengenai diri sendiri, tetapi informasi itu dimiliki oleh suatu hubungan. Ketika informasi privat belum dibagikan dan masih berada pada satu individu, *boundary* tersebut disebut *personal boundary*. Sebuah elemen penting dan prinsip ini adalah *boundary coordination*, yang mana merupakan cara bagaimana kita mengatur informasi yang co-owned.

Turbulence, terjadi ketika peraturan tidak ditaati dan terjadi kesalahan, maka menghasilkan turbulence.

Stigma Theory

Stigma Theory merupakan teori yang dikemukakan oleh Goffman (1974) mengenai ‘tanda’ atau ‘label’ yang diberikan terhadap seseorang atau kelompok orang karena memiliki suatu hal berbeda atau buruk berdasarkan standar moral yang umum pada masyarakat tersebut. Stigma merupakan hubungan antar attribute (contoh agama, warna kulit, orientasi seksual) dan audience yang merepresentasikan ‘normal majority’ yang ada pada masyarakat tertentu. Ada tiga attribute dalam teori ini, yaitu *abominations of the body* (luka, penyakit kronis atau ketidaksempurnaan pada bagian tubuh, *character defect* (ketidakjujuran, pengangguran, tidak setia, dan homoseksual), *tribal stigma* (ras, agama atau kebangsaan).

Stigma Theory bertujuan untuk menjustifikasi diskriminasi mengenai bagaimana cara mereka diperlakukan oleh ‘normal society’. Terdapat 3 domain dalam *stigma theory* yaitu:

- *Enacted stigma*, yaitu ketika orang tersebut mengalami diskriminasi, stereotip, atau prasangka akibat atribut yang dimilikinya.

- *Internalized stigma*, yaitu ketika terjadi ketika seseorang menginternalisasi dan menerapkan keyakinan dan perasaan negatif orang lain tentang attribute yang dimilikinya pada diri sendiri. Stigma ini dapat menimbulkan perasaan malu dan bersalah, serta kepercayaan diri yang negatif dan harga diri yang rendah.

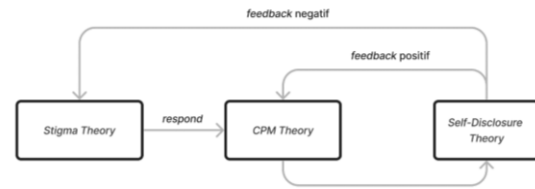
- *Anticipated stigma*, yaitu ketika terdapat prasangka dalam situasi tertentu karena attribute mereka. Pada anticipated stigma terkadang timbul kekhawatiran untuk menghindari situasi yang menurut orang yang memiliki atribut yang dapat berpotensi untuk terstigmatisasi terjadi, maka seseorang ini akan menutupi jati dirinya dan melakukan hal yang dianggap 'normal' di masyarakat.

b) *Discredited versus Discreditable*

Discredited merupakan *attribute* dalam stigma yang dengan jelas dapat diketahui atau terlihat. Contohnya seperti warna kulit. Sedangkan *discreditable* merupakan *attribute* fakta yang tidak diketahui, tersembunyi atau disembunyikan dari orang lain contohnya LGBT sebagai orientasi seksual. Karena untuk mengungkap suatu fakta dari diri yang merupakan atribut yang sifatnya *discreditable* kepada dunia memiliki kemungkinan besar untuk mendapat stigma dan diskriminasi, maka seseorang ini akan mengantisipasi terkait hal tersebut.

a) “*Real self versus Ideal Self*”

Contohnya ketika *real self* sebagai seorang gay dan *ideal self* sebagai seorang heteroseksual, dampaknya adalah beberapa orang mengisolasi dirinya atau hanya berinteraksi dengan orang yang memiliki kesamaan stigma sebagai gay



Gambar 1. 1 Asumsi penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan Interpretive Phenomenology Analysis (IPA). Penelitian fenomenologis berorientasi menangkap deskripsi yang jelas dan akurat tentang persepsi pengalaman hidup dan memahami sifat fenomena yang diteliti. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian dapat berfokus terhadap peristiwa dan pengalaman yang dialami oleh subjek penelitian sebagai realitas subjektif. Realitas dalam fenomenologi adalah ketika seseorang merasakan pengalaman tersebut secara sadar dan kenyataan fenomenologi bukan kenyataan objektif tapi kenyataan subjektif berdasarkan pengalaman individu. Dengan pendekatan fenomenologi, peneliti dapat mengakses informasi mendalam mengenai pengalaman unik yang dialami secara sadar oleh individu.

Secara lebih spesifik lagi, penelitian ini merupakan penelitian fenomenologi komunikasi yang meneliti interaksi pertukaran pesan antar individu dengan individu maupun individu dengan kelompok ataupun kelompok dengan kelompok serta bagaimana pemaknaan terhadap pesan tersebut oleh partisipan yang dilihat dari umpan balik atau feedback yang diterima.

Subjek untuk penelitian ini yaitu seseorang dengan kriteria memiliki identitas seksual LGBT yang berumur 18 tahun ke atas dan menggunakan media sosial sebagai media untuk melakukan pengungkapan diri di media sosial.

Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini merujuk pada

teknik analisis data IPA oleh (Smith dkk., 2009), yaitu:

a. *Reading and re-reading*

Pada tahap ini dapat mencakup rekoleksi penting dari pengalaman interview itu sendiri maupun inisial, hal yang sangat menonjol, observasi mengenai transkrip pada notebook. Hal ini berguna untuk membantu peneliti untuk mengelompokkan menjadi beberapa bagian untuk sementara.

b. *Initial noting*

Tahap ini dapat digabungkan dengan tahap sebelumnya yaitu dengan membaca transkrip sekaligus memulai menuliskan catatan pada transkrip kemudian memberikan catatan penjabar atau komentar-komentar yang dapat ditambahkan dengan bacaan selanjutnya.

c. *Developing emergent themes*

Menganalisis komentar eksplanatori untuk mengidentifikasi tema yang muncul, agar berfokus pada level yang lebih kecil, pada bagian dari transkrip.

d. *Searching for connections across emergent themes*

Tahap selanjutnya merupakan pengembangan dengan *charting*, atau *mapping* mengenai bagaimana tema-tema berhubungan satu sama lain.

e. *Looking for patterns across the cases*

Hasil dari proses ini dapat direpresentasikan dalam grafis yang menunjukkan hubungan antar kelompok, atau berbentuk tabel topik grup yang menunjukkan bagaimana tema tertanam dalam tema utama serta menjelaskan topik masing-masing peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampanye sebagai bentuk ekspresi LGBT di Media Sosial

Penelitian ini menemukan bahwa menemukan bahwa media sosial memainkan peran yang besar dalam kehidupan individu LGBT terutama untuk melakukan *self-disclosure*. Melalui pengungkapan diri di media sosial, individu LGBT mendapatkan fungsi dari *self-disclosure* seperti yang dikemukakan oleh Masur (2019) yaitu ekspresi diri, validasi sosial, klarifikasi identitas, pengembangan hubungan, dan kontrol sosial. Bentuk dari kebebasan untuk mengekspresikan diri sekaligus klarifikasi identitas di media sosial dalam hal orientasi seksual seperti *coming out*, *life romance*, *sex life*, *role in relationship*, *came out experience in real life* ataupun dalam hal advokasi atau *campaign*. Selain menjadi ekspresi diri advokasi atau *campaign* ini berfungsi sebagai validasi sosial, pengembangan hubungan dan kontrol sosial terkait eksistensi, pengakuan dan harapan individu LGBT terhadap masyarakat. Temuan ini juga selaras dengan studi sebelumnya tentang visibilitas LGBTIQ+ di media sosial juga telah menemukan bahwa pengguna LGBTIQ+ secara selektif merepresentasikan identitas mereka di situs media sosial yang berbeda, menganggap peluang visibilitas saat ini tidak cukup, dan seringkali berakhir menjadi *incidental advocates* komunitas LGBTIQ+ (Blackwell dkk., 2016; Carrasco & Kerne, 2018; Duguay, 2016a; Lopez & Freeman, 2022).

Secara keseluruhan, pengalaman para informan ini menggambarkan orang-orang yang aktif mengadvokasi ekspresi diri, penerimaan dan kesetaraan dalam terhadap LGBT yang artinya mereka melakukan fungsi pengungkapan diri yaitu validasi sosial serta pengembangan hubungan dengan audiens. Dengan memanfaatkan keberadaan media sosial, beberapa hal yang disuarakan informan di media sosial adalah mengenai 'Self-acceptance', 'Stop bullying', 'Gender

and Sexuality Diversity, *'Human right'* dan *LGBT Culture*.

Anonimitas dari Twitter, visualisasi yang menarik dari Instagram dan Tik Tok sebagai media sosial anak muda dengan jangkauan yang luas terhadap bagaimana Individu LGBT mengekspresikan diri.

Penelitian ini menemukan bahwa karakteristik masing-masing media sosial memiliki peran penting dalam keputusan informan memilih media sosial yang digunakan. Hal ini dikarenakan LGBT sebagai *attribute* dari *character defect* yang sifatnya *discreditable* (fakta yang tidak terlihat, tersembunyi atau disembunyikan dari orang lain) dalam *stigma theory* maka dalam melakukan pengelolaan terhadap informasi privat sebagai LGBT tersebut, individu LGBT sebagai *ownership*, melakukan kontrol terhadap informasi tersebut seperti yang dijelaskan melalui CPM. Dalam melakukan kontrol tersebut individu LGBT melihat karakteristik-karakteristik media sosial sebagai kriteria dalam menentukan pilihan individu terhadap platform media sosial mana yang digunakan dan bagaimana media sosial tersebut digunakan untuk mengekspresikan diri. Karakteristik-karakteristik media sosial yang digunakan tersebut diantaranya Twitter dengan karakteristik *anonymity*, *open minded/LGBT friendly*, Instagram, di sisi lain karakteristik yang unggul dalam format konten gambar dan video, dan Tiktok dengan karakteristik jangkauan audiens yang luas dan mayoritas pengguna adalah kalangan anak muda.

Daya tarik Twitter terletak pada kemampuannya untuk memberikan anonimitas kepada penggunanya. Hal ini memungkinkan individu LGBT untuk mengekspresikan diri mereka dengan bebas tanpa takut akan penilaian atau konsekuensi buruk seperti stigmatisasi terhadap identitas seksual dan gender mereka. Sehingga, hal ini

menjadi kriteria dalam mengontrol informasi privat mereka. Menurut Hanckel dkk. (2019) platform online yang menawarkan interaksi sosial dengan tingkat anonimitas yang lebih tinggi memungkinkan ekspresi seksualitas non-normatif yang lebih terbuka dan lebih aman.

Dari tiga Informan yang menggunakan Twitter secara implisit ataupun eksplisit menegaskan bahwa dirinya di Twitter merupakan sisi lain dirinya yang lebih privat daripada dirinya di media sosial lain atau dalam *stigma theory* hal ini bisa disebut bahwa dirinya di akun anonim twitter adalah *'real-self'* dan dirinya di media sosial lain sebagai *'ideal self'*. Temuan ini serupa dengan sejenis yang menyebutkan bahwa Facebook dan Twitter memiliki tingkat pengungkapan identitas yang lebih tinggi daripada platform lain dan aplikasi *dating* dengan gender khusus (Berger dkk., 2022; Twist dkk., 2017). Namun untuk pada penelitian ini, perbedaannya adalah Facebook tidak digunakan untuk mengekspresikan diri karena dianggap sebagai *'media sosial keluarga'* yang mana menjadi audience yang dihindari oleh Informan 1.

Kemudian untuk Instagram dengan karakteristik kontennya yang berorientasi visual, yang mana fokus platform pada gambar dan video yang memungkinkan pengguna menampilkan kreativitas, pengalaman, dan cerita mereka melalui media yang menarik secara visual. Preferensi Informan 3 terhadap gambar dan video yang menarik menegaskan selain unsur anonimitas dan ekosistem yang LGBT friendly, estetika yang mana Instagram sendiri disebut sebagai *'komunikasi visual yang estetik'* (Karsgaard & Macdonald, 2020) dan hiburan juga menjadi pertimbangan atau kriteria dalam memilih media sosial yang digunakan untuk mengekspresikan diri.

Selanjutnya adalah media sosial TikTok sebagai platform dengan kriteria di mana informan dapat dengan bebas mengekspresikan orientasi seksual mereka sebagai identitas yang rawan terstigmatisasi karena asumsi bahwa pengguna media sosial TikTok yang didominasi anak muda lebih menerima keberagaman, dan mendorong Informan 4 untuk membagikan jati dirinya tanpa takut akan stigma dari pengguna TikTok. Sebaliknya, Instagram dengan basis pengguna yang lebih tua menurutnya menjadikan Instagram lingkungan yang kurang ramah, untuk itu Informan 4 memprioritaskan TikTok sebagai platform utama untuk ekspresi diri.

Apalagi dengan fitur *hashtag* berkaitan LGBT yang memungkinkan untuk memperluas jangkauan dan terhubung dengan komunitas tertentu di TikTok sebagai bentuk dari kontrol mereka yaitu dengan membuat batasan dengan memanfaatkan algoritma untuk menyasar audiens yang menyukai konten berkaitan dengan LGBT.

Penggunaan *multiple account* sebagai bentuk *Self/Impression Management*.

Penelitian ini menemukan bahwa 4 dari 5 informan memiliki lebih dari satu akun media sosial sebagai bentuk *self/impression management* yang dengan memperhatikan hal yang disebut '*real self*' dan '*ideal self*' dalam *stigma theory*. Cara yang dilakukan adalah dengan menerapkan kontrol privasi dan keamanan, mengelola jaringan pertemanan mereka secara strategis, membuat banyak akun, dan memilih foto pribadi (McConnell dkk., 2018). Keluarga, kelompok-kelompok dengan paham agama yang kuat dan pekerjaan merupakan audiens yang menyebabkan individu LGBT muda membutuhkan *multiple accounts* dan mengelola *self-censorship* (McConnell dkk., 2018; Taylor dkk., 2014a; Twist dkk., 2017)

Informan 2, 3 dan 5 menggunakan *multiple account* untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan aspek citra online mereka. Informan 2 dan 3 menggunakan akun pribadi atau akun utama sebagai representasi dari '*ideal self*' dan akun alter sebagai representasi '*real self*', sedangkan informan 5 menggunakan 3 akun yaitu akun pribadi atau utama sebagai representasi dari '*ideal self*', *cyber account* dan akun alter sebagai representasi dari '*real self*'. Dalam menyajikan konten individu LGBT cukup berhati-hati memilih dan menyajikan konten, mereka berusaha menyusun narasi yang mencerminkan citra diri yang mereka inginkan, upaya ini merespon stigma terkait orientasi seksual dan identitas gender LGBT.

“Friending” Practices sebagai Boundary Setting dalam Mengelola Social Network Audience

Cara individu LGBT dalam mengelola dan mengatur batasan atau disebut dengan *boundary setting* dalam CPM di media sosial yaitu dengan '*friending practices*'. '*Friending practice*' disini yaitu menggunakan fitur *block*, *hide*, *closefriend*, *implicit caption* dan *hashtag*. Melalui hal ini, individu LGBT sebagai *ownership* dari informasi privat mereka, dapat memilih audiens dengan cermat dan mengontrol siapa yang dapat melihat dan berinteraksi dengan unggahan mereka. Melalui '*friending practices*' ini, memungkinkan mereka untuk memilih audiens di jejaring sosial mereka dan mengelola cara mereka mengekspresikan identitas mereka (Bates dkk., 2020; Berger dkk., 2022; Duguay, 2016b; Herrera, 2018). Berteman dengan orang-orang sebaya dan mengelola audiens secara aktif dengan membatasi atau tidak berteman dengan beberapa pengguna dengan pengaturan privasi (Bates dkk., 2020; Berger dkk., 2022; Duguay, 2016b).

Pada penelitian ini ditemukan bahwa pengguna-pengguna yang rahasiakan dari unggahan adalah orang yang diperkirakan kontra terhadap LGBT dalam hal ini termasuk teman dan terutama keluarga. Sedangkan untuk yang lebih ekstrem adalah membatasi interaksi atau memblokir pengguna tertentu. Hal ini biasanya dilakukan karena perlakuan ekstrem atau tidak menyenangkan dari pengguna lain. Dari hal-hal ini peneliti menyimpulkan bahwa keputusan untuk merahasiakan atau memblokir pengikut dengan menimbang batasan pribadi terhadap pentingnya mengelola dan mempertahankan hubungan dengan orang lain serta keamanan dan kenyamanan diri.

Melalui fitur *'closefriend'* individu LGBT menetapkan batasan dan mengelola privasi di platform media sosial untuk mengakomodasi berbagai tingkat keintiman dan privasi dan koneksi yang ada.

Individu LGBT menggunakan bahasa yang halus dan samar dalam *caption* mereka untuk mengkomunikasikan identitas dan pengalaman mereka kepada orang-orang di dalam komunitas, tetapi tetap tidak jelas bagi orang luar. Ini memungkinkan individu terhubung dengan orang-orang yang berpikiran sama, berbagi cerita, dan mencari dukungan, sambil meminimalkan risiko perhatian dan pelecehan yang tidak diinginkan.

Online support berdampak positif pada emosi LGBT di dunia nyata.

Dalam penelitian ini, seluruh informan menyampaikan rasa kebahagiaan, kenyamanan, dan kepuasan yang mendalam yang berkembang dari kekuatan ekspresi di media sosial. Hal ini karena melalui media sosial para informan dapat terhubung dengan orang lain dan berbagi pemikiran, cerita, dan pengalaman serta mengembangkan network

dan mengekspresikan identitas LGBTQ dengan aman (tanpa stigma atau diskriminasi) mengurangi masalah kesehatan mental, termasuk kecemasan, depresi, perilaku adiktif, dan ide bunuh diri (Berger dkk., 2022; Collier dkk., 2013; Russell, t.t.). Meskipun 3 dari 5 informan mendapatkan *enacted stigma*, yaitu ketika orang tersebut mengalami diskriminasi, stereotip, atau prasangka akibat *attribute* LGBT yang dimilikinya dari audiensnya seperti 'jeruk kok minum jeruk', 'jijik', 'tidak sesuai agama', semua informan menanggapi dengan bijaksana.

Euforia menjadi 'famous'.

Penelitian ini menemukan pengalaman unik dari dua Informan ketika menjadi 'terkenal' di media sosial. Pertama ada informan 5 yang merupakan konten kreator dengan image individu LGBT yang ceria, yang videonya FYP (For Your Page) atau populer dalam istilah Tiktok dengan telah ditonton oleh lebih dari 100 ribu pengguna dan direkomendasikan oleh Tiktok. Sebagai konten kreator yang memang dengan sengaja berusaha membuat konten yang menarik perhatian khalayak Tiktok dengan mempelajari algoritma serta pembuatan dan pemasaran konten hal ini menjadi suatu hal yang membahagiakan karena menjadi populer adalah tujuan dari konten kreator.

Respon terhadap kepopuleran ini selain membuat informan bahagia dan percaya diri, hal ini juga menjadi pembelajaran untuk bagaimana menarik audiens, karena baginya kontennya belum terlalu berkualitas, untuk itu informan bersemangat dan selalu berusaha meningkatkan kualitas setiap unggahannya. Meskipun informan terkadang khawatir apabila videonya sampai kepada orang tua, namun baginya hal tersebut bila memang akan terjadi maka akan terjadi di waktu yang

tepat, dan Informan tidak akan mengelak karena bagaimanapun LGBT merupakan image yang terdapat dalam akun Tiktoknya.

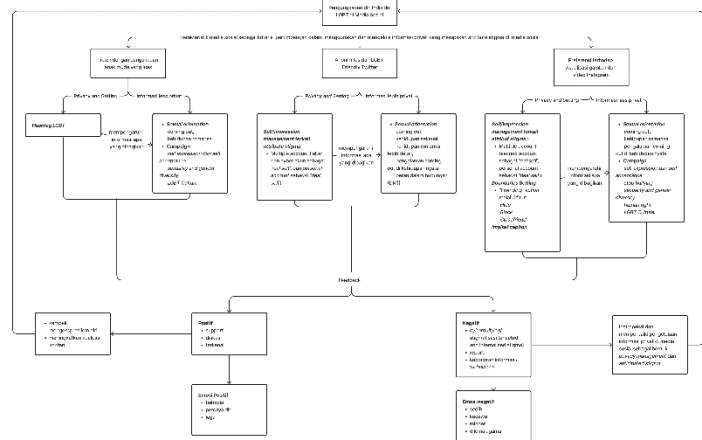
Apabila informan 4 mengalami kepopuleran karena berusaha, berbeda dengan Informan 5 yang mendadak populer karena tweet yang diunggahnya. Awalnya si Informan mengunggah foto dirinya sedang berpelukan dengan pasangannya, dan memang mengunggah foto kebersamaan seperti itu merupakan hal lumrah baginya, namun entah mengapa cuitan tersebut dilihat banyak orang kemudian banyak orang yang dengan sinis berkomentar: “Astaghfirullah akhir zaman haha,”. Stigmatisasi ini membuat Informan terkejut, namun Informan mengaku tidak sedih, namun lebih kepada kebingungan bagaimana menjangkau audiens yang jauh lebih besar dari yang dia harapkan. Informan berasumsi bahwa hanya kelompok orang tertentu, seperti kelompok LGBT, yang melihat konten ini, bukan semua orang. Alih-alih sedih karena dibanjiri stigma dalam bentuk komentar negatif, sang reporter justru menikmati situasi tersebut dan senang dengan ketenaran tak terduga yang diraihinya. Bahkan informan mengungkapkan dengan istilah populer di Twitter yaitu “*Don’t touch me, I’m famous*” dengan mimik muka yang genit jenaka. Informan pun dengan sengaja tidak menanggapi komentar negatif hingga akun tersebut kemudian dihapus setelah banyak orang melaporkannya. Pengalaman ini bahkan dianggap Informan menjadi pengalaman paling unik dan menarik yang pernah dialami informan di media sosial. Meskipun begitu pengalaman *enacted stigma* ini merupakan bentuk *turbulence* yang membuat informan lebih berhati-hati ketika Twitter dengan melakukan introspeksi dan mengatur kembali pengelolaan privasinya serta sebagai bentuk *anticipated stigma* yaitu dengan sengaja mengalihkan pemfilteran orang ke pemfilteran privasi dirinya sendiri. Sebelumnya, informan secara terbuka

membuka informasi wajah dan pribadi. Namun, Informan 5 kemudian memilih menjadi ‘benar benar akun alter’ yang tidak mengungkapkannya identitasnya atau wajahnya.

Negosiasi Identitas Agama dan Ekspresi Identitas LGBT

Sebagai individu yang beragama sebagian dari informan merasa bahwa mengekspresikan diri sebagai LGBT itu adalah hal yang salah dan bertentangan dimata mereka sebagai seorang yang beragama. Konflik ini dapat menyebabkan kebingungan yang mendalam, rasa bersalah, dan dilema antara identitas orientasi seksual dan identitas gender dan seksual. Kesamaan latar belakang merupakan faktor penting lainnya dalam membentuk identitas etnis minoritas dan kelompok agama (Berger dkk., 2022; Harper dkk., 2016; Singh, 2013; Taylor dkk., 2014). Media sosial dapat membantu mengatasi konflik identitas (misalnya, identitas LGBTQ dan Kristen) yang mempersulit pemahaman, eksplorasi, dan transisi.

Informan 2, 4 dan 5 mengungkapkan adanya konflik antara identitas LGBT terhadap pandangan tradisional tentang gender dalam agama atau kepercayaannya. Informan merasakan semakin ‘jauh dari agama’ setelah mengekspresikan diri



mengenai orientasi seksualnya di media sosial. Meski percaya bahwa yang dilakukannya adalah salah dalam agama yang mana hal ini dalam *stigma theory* disebut sebagai *internalized stigma*, yaitu ketika informan menginternalisasi dan menerapkan keyakinan dan perasaan negatif tentang *attribute* LGBT yang dimilikinya pada diri sendiri, yang mana dalam hal ini sudah tertanam dalam dirinya karena interpretasi agama dan pemuka agama terhadap identitas LGBT yang sudah informan dengarkan sejak kecil. Meskipun begitu informan tetap menerima diri sendiri dengan sedikit rasa putus ada, dan merasa belum mampu untuk berubah menjadi 'lurus' dalam konteks iman informan. Hal yang berbeda dilakukan oleh Informan 3 yang mencoba mencari pandangan alternatif tentang keyakinan dan orientasi seksual. Informan 3 menemukan bahwa ada tafsir lain mengenai kitab suci agama seperti Al-Qur'an dan Alkitab yang menawarkan perspektif alternatif yang ramah mengenai keragaman gender dan seksual serta tidak mendiskriminasi golongan manapun contohnya penafsir transman yaitu Amar Alfikar yang menulis buku berjudul 'Queer Menafsir'. Namun, negosiasi identitas adalah proses yang berkelanjutan, Individu LGBT dengan identitas agamanya terus-menerus dituntut untuk mendamaikan diri mereka terhadap pergolakan batin akibat *internalized stigma* antara menjadi LGBT dan seorang penganut agama.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Individu LGBT dalam memilih, menggunakan dan mengelola ekspresi dari identitas yang merupakan *attribute* stigma yang disampaikan melalui tiap-tiap media sosial dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap karakteristik

platform media sosial yang ada. Persepsi individu LGBT terhadap anonimitas dan lingkungan yang ramah LGBT di Twitter menjadikan Twitter sebagai media sosial dengan keterbukaan informasi privat paling tinggi atau disebut bentuk dari '*real self*' dari individu LGBT dalam *stigma theory*. Semakin besar tingkat anonimitas yang diberikan sebuah platform maka semakin dalam juga informasi privat yang dibagikan. Sedangkan persepsi terhadap karakteristik Instagram yang memiliki keunggulan visualisasi gambar dan video yang menarik, serta Twitter dengan keterjangkauan yang luas terhadap generasi muda mengungkapkan informasi yang *less privat* daripada Twitter.

2. Penggunaan *multiple-account* (beberapa akun) merupakan upaya individu LGBT untuk mengelola *self-impression* karena *attribute* stigma yang dimilikinya kepada individu yang berbeda, baik secara hubungan kausal dan profesional. Individu LGBT menggunakan akun alter dan *cyber* sebagai representasi dari '*real self*', dan personal account sebagai '*ideal self*')
3. "*Friending*" merupakan upaya mengelola batasan (*boundary setting* dalam CPM) terhadap informasi yang disampaikan kepada orang tertentu. Bentuk dari '*friending*' di media sosial meliputi penggunaan fitur blokir, *hide*, *close friend*, *implisit caption* dan *hashtag*. Hal ini dilakukan dengan menimbang batasan pribadi terhadap pentingnya mengelola dan mempertahankan hubungan dengan orang lain serta keamanan dan kenyamanan diri
4. Melalui pengungkapan diri di media sosial, individu LGBT mendapatkan fungsi dari *self-disclosure* yaitu ekspresi diri, validasi sosial, klarifikasi identitas,

pengembangan hubungan, dan kontrol sosial. Bentuk dari kebebasan untuk mengekspresikan diri sekaligus klarifikasi identitas di media sosial dalam hal orientasi seksual seperti *coming out*, *life romance*, *sex life*, *role in relationship*, *came out experience in real life* ataupun dalam hal advokasi atau *kampanye*. Selain menjadi ekspresi diri advokasi atau *kampanye* ini berfungsi sebagai validasi sosial, pengembangan hubungan dan kontrol sosial terkait eksistensi, pengakuan dan harapan individu LGBT terhadap masyarakat mengenai '*Self-acceptance*', '*Stop bullying*', '*Gender and Sexual Diversity*', '*Human right*' dan *LGBT Culture*.

5. Individu LGBT lebih memilih fokus pada dampak positif yang lebih besar seperti dapat terhubung dengan orang lain dan berbagi pemikiran, cerita, dan pengalaman serta mengembangkan *network* dan mengekspresikan identitas LGBTQ dengan aman (tanpa stigma atau diskriminasi) mengurangi masalah kesehatan mental, termasuk kecemasan, depresi, perilaku adiktif, dan ide bunuh diri daripada dampak negatif dari stigma yang didapatkan dari respon audiens di media sosial.
6. Adanya negosiasi identitas antara keinginan menjadi diri sebagai identitas LGBT sendiri dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma sosial yang bersumber dari agama sebagai bentuk *internalized stigma* setelah melakukan pengekspresian diri di media sosial. Perjuangan internal ini menciptakan perasaan frustrasi dan introspeksi.
7. Menjadi 'terkenal' baik dengan respon yang positif maupun negatif dari audiens memberikan rasa bangga dan percaya diri individu LGBT.

8. Kegagalan dalam mengelola privasi di media sosial seperti kebocoran informasi privat (*turbulence*) atau kehilangan akun akibat 'dilaporkan massa' akan menjadi koreksi untuk membuat suatu aturan baru bagi individu LGBT dalam mengelola privasinya dan sebagai *anticipated stigma*, dan hal ini akan berlangsung terus menerus untuk menciptakan ekosistem yang nyaman dan aman untuk mengekspresikan diri.

Rekomendasi

1. Secara teoritis, karena keterbatasan penelitian direkomendasikan bagi penelitian selanjutnya untuk memperluas jumlah dan variasi informan dengan tingkat kepopuleran yang beragam seperti, pengguna awam dengan keberagaman orientasi seksual dan gender dan LGBT *nano-macro Influencer* pada media sosial yang sedang populer yaitu Tiktok dan sudut pandang yang berbeda dari fenomena pengekspresian diri di media sosial mengenai kepopuleran sebagai individu LGBT.
2. Secara praktis dan sosial, direkomendasikan bagi orang-orang yang berada di lingkungan yang sama dengan individu LGBT baik secara langsung maupun dalam bermedia sosial, menciptakan pemahaman makna yang sama mengenai individu dengan identitas seksual LGBT layak untuk melakukan pengekspresian diri tanpa harus mendapatkan *feedback* berupa stigmatisasi dan diskriminasi sehingga dapat menciptakan suasana lingkungan komunikasi yang menyenangkan dengan tetap mempertimbangkan pengelola informasi privat dan impresi di media sosial bagi individu LGBT.

DAFTAR PUSTAKA

- Bates, A., Hobman, T., & Bell, B. T. (2020).
"Let me do what I please with it... Don't

- decide my identity for me”: LGBTQ+ youth experiences of social media in narrative identity development. *Journal of Adolescent Research*, 35(1), 51–83.
- Berger, M. N., Taba, M., Marino, J. L., Lim, M. S. C., & Skinner, S. R. (2022). Social Media Use and Health and Well-being of Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer Youth: Systematic Review. *Journal of Medical Internet Research*, 24.
- Blackwell, L., Hardy, J., Ammari, T., Veinot, T., Lampe, C., & Schoenebeck, S. (2016). *LGBT Parents and Social Media : Advocacy , Privacy , and Disclosure during Shifting Social Movements*.
- Carrasco, M., & Kerne, A. (2018). Queer Visibility: Supporting LGBTQ+ Selective Visibility on Social Media. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.
- Chaudoir, S. R., & Fisher, J. D. (2010). The Disclosure Processes Model: Understanding Disclosure Decision Making and Postdisclosure Outcomes Among People Living With a Concealable Stigmatized Identity. *Psychological Bulletin*, 136(2), 236–256. <https://doi.org/10.1037/a0018193>
- Collier, K. L., Van Beusekom, G., Bos, H. M. W., & Sandfort, T. G. M. (2013). Sexual orientation and gender identity/expression related peer victimization in adolescence: A systematic review of associated psychosocial and health outcomes. *Journal of sex research*, 50(3–4), 299–317.
- Duguay, S. (2016a). “He has a way gayer Facebook than I do”: Investigating sexual identity disclosure and context collapse on a social networking site. *New Media & Society*, 18(6), 891–907. <https://doi.org/10.1177/1461444814549930>
- Duguay, S. (2016b). “He has a way gayer Facebook than I do”: Investigating sexual identity disclosure and context collapse on a social networking site. *New media & society*, 18(6), 891–907.
- Goffman, E. (1974). Stigma; Notes on the management of spoiled identity. *Jason Aronson, New York, N.Y.*, (147 p.) \$. <https://doi.org/10.2307/2575995>
- Hanckel, B., Vivienne, S., Byron, P., Robards, B., & Churchill, B. (2019). ‘That’s not necessarily for them’: LGBTIQ+ young people, social media platform affordances and identity curation. *Media, Culture & Society*, 41(8), 1261–1278. <https://doi.org/10.1177/0163443719846612>
- Harper, G. W., Serrano, P. A., Bruce, D., & Bauermeister, J. A. (2016). The internet’s multiple roles in facilitating the sexual orientation identity development of gay and bisexual male adolescents. *American journal of men’s health*, 10(5), 359–376.
- Herrera, A. P. (2018). Theorizing the lesbian hashtag: Identity, community, and the technological imperative to name the sexual self. *Journal of lesbian studies*, 22(3), 313–328.
- Karsgaard, C., & Macdonald, M. (2020). Picturing the pipeline: Mapping settler colonialism on Instagram. *New Media & Society*, 22, 1206–1226.
- Krämer, N. C., & Schäwel, J. (2020). Mastering the challenge of balancing self-disclosure and privacy in social media. *Current Opinion in Psychology*, 31, 67–71. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2019.08.003>
- Lopez, J., & Freeman, G. (2022). To Tag or Not To Tag: The Interplay of the Twitch Tag System and LGBTQIA+ Visibility in Live Streaming. *Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Masur, P. K. (2019). *Theories of Self-Disclosure*.
- McConnell, E., Néray, B., Hogan, B., Korpak, A., Clifford, A., & Birkett, M. (2018). “Everybody puts their whole life on facebook”: Identity management and the online social networks of LGBTQ youth. *International Journal of Environmental*

- Research and Public Health*, 15(6), 1–19.
<https://doi.org/10.3390/ijerph15061078>
- Russell, S. T. (t.t.). 8c Fish, JN (2016). *Mental health in lesbian, gay, bisexual, and transgender (LGBT) youth*. *Annual Review of Clinical Psychology*, 12, 465–487.
- Sachs, J. W. K. (2020). The TikTok Self: Music, Signaling, and Identity on Social Media. *Scientific African*, 114(June), 1–14.
<https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2019.e00146>
- Singh, A. A. (2013). Transgender youth of color and resilience: Negotiating oppression and finding support. *Sex roles*, 68, 690–702.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*.
<http://books.google.com/books?id=WZ2Dq b42exQC&pgis=1>
- Taylor, Y., Falconer, E., & Snowdon, R. (2014). Queer youth, Facebook and faith: Facebook methodologies and online identities. *New media & society*, 16(7), 1138–1153.
- Tempo.co. (2019). *Arus Pelangi: 1.850 Korban Persekusi dari 2006, Diperburuk RKUHP*.
<https://nasional.tempo.co/read/1251533/arus-pelangi-1-850-korban-persekusi-dari-2006-diperburuk-rkuhp>
- Teresia, G. (2019). *Kelompok Minoritas Seksual Dalam Terpaan Pelanggaran HAM*.
- Twist, M. L. C., Bergdall, M. K., Belous, C. K., & Maier, C. A. (2017). Electronic visibility management of lesbian, gay, and bisexual identities and relationships in young adulthood. *Journal of Couple & Relationship Therapy*, 16(4), 271–285.
- Vijayakumar, N., & Pfeifer, J. H. (2020). Self-disclosure during adolescence: exploring the means, targets, and types of personal exchanges. *Current Opinion in Psychology*, 31, 135–140.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.08.005>
- West, R., & Turner, L. (2021). Introducing Communication Theory. Dalam *Nuevos sistemas de comunicación e información*.