

Pengaruh Tayangan *2gether: The Series* Terhadap Sikap Toleransi Perempuan Mengenai Homoseksual

¹Fernanda Khairunnisa Venturini*, ²Fardiah Oktariani Lubis, ³Oky Oxcygentri

^{1,2&3}. Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya

Email: ¹fernandaventurini48@gmail.com; ²fardiah.lubis@fisip.unsika.ac.id; ³mickey.oxcygentri@fisip.unsika.ac.id

* corresponding author

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Boys love as a global phenomenon has getting attention for many people since it stories about homosexual relationship. It gains positive respond for many people. Moreover, the appearance of one of famous series about homosexual relationship from Thailand, 2gether: The Series, has influence the success of the Boys Love so that it become popular in entire of world especially in Indonesia, the country which has a lot of fans for Boys Love series. The purpose of this study is to determine the effect of 2gether: The Series based on three dimensions of applied theory used, namely Uses and Gratification theory covering frequency, duration and attention to women's tolerance attitudes about homosexual. Respondents for this study are from followers of the twitter account @thaiifess, totaling 100 people, female and people who are having watched 2gether: The Series. This study uses a quantitative approach with a survey method. Data analysis to be used in this reserch is multiple linear regression analysis technique. The research shows that there is an effect of simultaneous 2gether: The Series on women's tolerance attitudes about homosexuals based on a coefficient of determination of 16.4%. The dimensions of the variable X (frequency, duration and attention) indicate that the highest contribution, attention is 0.16 and the lowest is the frequency of -0.003.

Keywords:

Mass Communication

New Media

2gether: The Series

Tolerance

1. PENDAHULUAN

Komunikasi massa dan kehidupan manusia adalah dua buah kutub magnet yang saling tarik menarik. Proses komunikasi yang melalui perantara media merupakan hal yang harus ada untuk menjangkau sebuah informasi. Terlebih media bukan hanya sebatas pada cetak dan elektronik, tetapi media baru yang telah terdigitalisasi dan terkonvergensi pun menjadikan media ini semakin banyak digunakan oleh khalayak. Berbagai macam konten yang tersedia memberikan kepuasan atas kebutuhan para khalayak dalam mengaksesnya. Konten dari media baru yang sering kali diakses salah satunya adalah tayangan baik video berdurasi pendek maupun yang panjang seperti film, drama dan *series*.

Komunikasi massa dan kehidupan manusia adalah dua buah kutub magnet yang saling tarik menarik. Proses komunikasi yang melalui perantara media merupakan hal yang harus ada untuk menjangkau sebuah informasi. Terlebih media bukan hanya sebatas pada cetak dan elektronik, tetapi media baru yang telah terdigitalisasi dan terkonvergensi pun menjadikan media semakin banyak digunakan oleh khalayak. Berbagai macam konten yang tersedia memberikan kepuasan atas kebutuhan para khalayak dalam mengaksesnya. Konten dari media baru yang sering kali diakses salah satunya adalah tayangan baik video berdurasi pendek maupun yang panjang seperti film, drama dan *series*.

Konten dan tayangan di media massa khususnya pada media baru saat ini banyak berpengaruh dalam mengubah pola pikir dan kebiasaan khalayak yang mengakses dan menontonnya. Beberapa kajian tentang pengaruh tayangan dan konten luar negeri telah dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh (Hakim & Fatoni, 2020) tentang pengaruh konten K-Pop di YouTube dan interaksi antarsosial, menunjukkan hasil pengaruh sebesar 66,5% terhadap perilaku imitasi. Pada akhirnya media baru mampu mempengaruhi masyarakat untuk mengakses media baru (media sosial seperti Instagram, Twitter, YouTube) karena adanya ketertarikan akan idola yang ditampilkan media baru (Cindoswari & Dina, 2013). Semakin lama masyarakat mengakses media, maka kemungkinan berperilaku seperti idola, mulai dari segi fashion, perawatan wajah, hingga mempelajari budaya Korea (bahasa dan huruf Korea)

semakin besar. Hal ini sejalan dengan kajian (Lathifah., Herman., & Yusaputra, 2019) yang menunjukkan bahwa pengaruh mengakses *Korean wave* terhadap perilaku imitasi remaja sebesar 74%. Perkembangan media massa yang sangat pesat, menjadi alasan perubahan arus informasi yang seakan tidak terbatas dalam mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media yang akan berbeda-beda sesuai kebutuhan individu tersebut.

Bersamaan dengan kemunculan budaya populer *Korean Wave*, muncul pula budaya populer Jepang yaitu *Boys Love* atau biasa disebut sebagai BL yang telah menyebar hingga penjuru Asia. Kepopulerannya sudah tidak bisa diragukan lagi. Berawal dari adaptasi manga yang tersusun dalam lembaran komik yang akhirnya bisa menyebar hingga ke forum digital di tahun 2000-an. (Anjanette 2019). Genre *boys love* mengusung kisah romantis antar pria yang saling jatuh cinta. Genre yang awalnya dari manga dan novel ini, banyak diangkat menjadi bentuk audiovisual seperti anime, karya buatan Jepang dan yang sedang populer baru-baru ini adalah *series* buatan Thailand. Salah satu *series* adaptasi dari novel karya JittRain adalah *2gether: The series* produksi GMMTV, salah satu rumah produksi yang cukup besar di Thailand. *Series* ini dapat ditonton di LINE TV, YouTube dan Netflix. Kemunculan *boys love* di Thailand telah menjadi suatu pelajaran besar bagi masyarakat disana tentang pengetahuan seks. *2gether: The Series* menjadi *series* yang sukses besar di awal penayangan hingga episode terakhirnya. *Hashtagna* selalu diposisi nomor satu dalam setiap *trend topic worldwide* di twitter (Koaysomboon 2020).

Ketertarikan perempuan pada genre *boys love* dalam *2gether: The Series*, dimana ceritanya merepresentasikan kehidupan homoseksual menjadi salah satu hal yang unik untuk diteliti. Sebab, banyak perempuan heteroseksual yang sangat menggemari genre homoseksual tersebut. Butler dalam (Dewi, 2012) berargumen bahwa dalam diagram *gender performativity*, perempuan heteroseksual bisa saja menyukai narasi homoseksual. Jadi, para perempuan penggemar BL ini sedang melakukan permainan gender. Stigma negatif mengenai “ketidaknormalan” saat perempuan heteroseksual menyukai cerita homoseksual itu bisa dikatakan tidak benar. Sebab BL memberi ruang bagi penggemar untuk memiliki identitas gender sesuai dengan kondisi dan konteks, dengan kata lain kita bisa menjadi feminin atau maskulin dan mempunyai ketertarikan secara seksual tanpa harus terbebani oleh lingkungan sosial dan budaya.

Penelitian ini mengungkapkan apakah perempuan penggemar *boys love* hanya memainkan peran gendernya saja (tertarik pada hubungan sesama jenis) atau benar-benar memperhatikan dan merasakan keberadaan atas pesan tersirat yang ingin disampaikan dalam *series*, dimana cinta tidak hanya berfokus pada perbedaan gender, laki-laki dengan perempuan. Melainkan cinta bisa terjadi pada gender yang sama yaitu laki-laki dengan laki-laki. Hingga akhirnya perempuan mampu toleran dengan pasangan homoseksual di kehidupan nyata seperti yang diceritakan dalam *series* tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Tayangan *2gether: The Series* Terhadap Sikap Toleransi Perempuan Mengenai Homoseksual dengan populasi yang digunakan berasal dari *follower* akun base twitter @thaiifess.

2. KERANGKA TEORITIS

2.1. Teori Behaviorisme

Pendiri konsep behaviorisme adalah John Broadus Watson yang merupakan ahli aliran behaviorisme Amerika Serikat. Behaviorisme berkonsep bahwasanya hubungan stimulus respon timbul dari latihan yang dilakukan oleh individu sebagai proses belajar. Gage dan Berliner merupakan tokoh yang mencetuskan teori behaviorisme dimana teori ini bermahzab sebagai teori belajar (Syam 2011). Dalam teori ini, individu dianggap sebagai makhluk yang reaktif atau tanggap dalam memberikan respon akibat stimulus yang diterimanya, dengan kata lain terdapat aspek yakni stimulus dan respon. Teori ini menekankan pada adanya perubahan tingkah laku ketika seseorang mampu belajar akan suatu hal dari dalam dirinya sendiri akibat dari stimulus yang ia peroleh, sehingga teori ini mempelajari tentang belajar baru yang berpangkal pada beberapa keyakinan tentang martabat manusia yang terbagi dua bagian, yakni falsafah dan psikologis (Nabila and Sugandi, 2020).

2.2. Teori SOR

Teori ini merupakan turunan dari teori belajar atau berada pada posisi *middle* dalam penelitian ini. Teori ini berprinsip pada proses belajar sederhana. Teori SOR atau stimulus-organisme-respons, menurut McQuail dalam (Bungin, 2006), menyatakan bahwa stimulus atau pesan yang diterima oleh organisme atau *receiver* akan menghasilkan efek berupa respons. Stimulus yang diterima oleh organisme bisa terjadi dua hal yaitu diterima atau bahkan ditolak. Proses penerimaan ini akan menghasilkan perubahan sikap dari organisme, apabila organisme itu memberikan perhatian dan fokus pada stimulus yang merangsangnya.

2.3. Teori Uses and Gratification

Uses and gratification merupakan kajian teori yang membahas tentang penggunaan media oleh khalayak sebagai alat pemuas dan pemenuhan kebutuhannya. Katz, Blumer dan Gurveritch (1973) mengemukakan lima asumsi yang mendasari teori ini, yaitu khalayak dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan, dalam proses komunikasi khalayak inisiatif untuk memilih media atas dasar kebutuhannya, media massa harus bersaing dengan sumber lainnya untuk memenuhi kebutuhan khalayak, tujuan dalam memilih media dapat disimpulkan melalui data yang diperoleh dari khalayak, penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti (Meri, A., Tiung, L. K., Yusoff, S. N. M., Modili 2020).

Fenomena media baru atau *new media* memberikan dampak baru terhadap penggunaan dan kepuasan khalayak saat ini. Menurut Sundar dan Limperos, untuk meneliti kepuasan terhadap media baru yang berlandaskan teori ini, jika hanya berpacu pada kepuasan dari sisi keadaan jiwa dari khalayak akan memberikan batasan untuk mengulik lebih jauh tentang bagaimana media baru itu. Apabila hanya mengambil nilai dari sisi keadaan jiwa saja, itu menunjukkan penggunaan teori *uses and gratifications* kaitannya dengan media lama (Sundar, S. S. and Limperos 2013). Sedangkan untuk media baru, menurut Robbert LaRose dan Matthew Eastin (2004), teori *uses and gratifications* dapat digunakan dengan menambah variabel lain yang diperoleh dari harapan khalayak terhadap media. Sejarah teori *uses and gratification* dapat dikatakan cukup kompleks, namun Lee (2003) berpendapat bahwa teori ini merupakan teori yang kredibel untuk dikaji oleh semua media (Meri, A., Tiung, L. K., Yusoff, S. N. M., Modili 2020). Penggunaan media dalam hal ini adalah media baru (YouTube, LINE TV, Netflix) untuk menonton tayangan *2gether: The Series* meliputi dimensi frekuensi, durasi dan atensi (Rakhmat, 2012).

2.4. New Media

New media mengacu pada berbagai perubahan dalam produksi, distribusi dan penggunaan media yang merupakan perubahan teknologi, tekstual, konvensional dan budaya. Terlihat sejak pertengahan 1980an setidaknya (beberapa perubahan selama periode tersebut) sejumlah konsep telah muncul yang merujuk pada karakteristik utama dalam media baru). Ciri utama dari kemunculan media baru yakni seperangkat media telah terdigitalisasi dan terkoneksi dengan jaringan (internet). Dimana khalayak secara luas dapat dijangkau oleh internet. Laquey (Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah 2014) mengatakan beberapa contoh dari media baru adalah banyaknya media *online* seperti *platform* berita online, media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, Line, Whatsapp), platform video streaming (YouTube, Netflix, Vidio) dan masih banyak lagi.



Gambar 1 Akun @thaiifess

Dalam penelitian ini, LINE TV, YouTube, Netflix adalah tiga *platform* video streaming yang digunakan untuk menonton tayangan *2gether: The Series*. Selain itu, terdapat akun *autobase* twitter

@thaiifess merupakan salah satu dari sekian banyak *autobase* yang ada di twitter. *Autobase*, menurut Agoestin (2019) berasal dari kata *auto* dan *fanbase* yang memiliki fungsi sebagai tempat untuk *followers* dalam mengirimkan suatu topik pertanyaan ke dalam *direct messages* dan sifatnya *anonym* (Mardiana and Zi'ni 2020).

Autobase @thaiifess merupakan *base* pertama yang membahas topik seputar Thailand yang dibuat pada Juli 2018. Akun @thaiifess memiliki *followers* sebanyak 49.031 (data diambil penulis 1 Desember 2020). Disini, *followers* bebas membahas hal yang berkaitan dengan Thailand, seperti *series* Thailand, kehidupan para aktor dan aktrisnya, tempat-tempat yang ada di Thailand, budaya di Thailand, bahkan untuk sekadar mengirim pesan untuk mengajak mutualan (mencari teman) sesama fans Thailand, dengan syarat tidak melanggar aturan yang telah ditetapkan oleh pengelola *base* tersebut.

2.5. Boys Love

Boys love merupakan suatu budaya populer Jepang sejak tahun 1970an. *Boys love* ditulis dengan *katakana* yaitu *bōizu rabu* (Mclelland, M., & Welker 2015). *Boys love* merupakan dunianya perempuan. Sebab, manga *boys love* diciptakan sebagai ruang yang berpusat pada perempuan, dimana mereka menolak tekanan atau tuntutan patriarki. Artinya, perempuan (gender) dituntut dalam budaya yang menempatkan mereka dalam posisi sulit, yaitu tidak terpenuhinya kebutuhan pribadi oleh keluarga dan masyarakat di lingkungannya. (Levi, A., McHarry, M., & Pagliassotti 2010)

Pada tahun 1970, tubuh pria telah terbukti menjadi imajinasi perempuan di Amerika dan Jepang, dimana imajinasi mereka dituangkan dalam bentuk narasi visual dan verbal, bisa disebut sebagai fiksi dari *yaoi* (Isola, 2010). Awal mula *boys love* merupakan genre dalam komik dan manga Jepang dimana narasinya berfokus pada hubungan romantis antar pria dan kerap kali berhubungan seksual. Kisah cinta *boys love* juga muncul di berbagai bentuk publikasi profesional dan juga diterbitkan dalam format yang diterbitkan sendiri, dikenal dengan istilah *dojinshi*, dimana karakter diambil dari manga, anime dan video game. Dalam bermedia, *boys love* terdapat empat istilah yang definisinya sering tumpang tindih yaitu *shōnen'ai*, *JUNE*, *yaoi* dan *boys love*. Keempat istilah tersebut merujuk pada satu definisi yakni tentang karya yang menyajikan cerita hubungan romantisme antar pria (Mclelland, M., & Welker 2015).

Selain itu, dalam *boys love* dikenal dengan istilah *seme* dan *uke*. *Seme* didefinisikan sebagai penyerang, lebih dominan, pasangan seksual yang tegas, sedangkan *uke* didefinisikan sebagai penerima dan pasangan seksual yang pasif.

2.6. Toleransi

Toleransi merupakan cara menghargai dan menerima perbedaan atas berbagai perilaku, budaya, agama dan ras yang ada di dunia ini (Sukiman 2018). Tingkatan toleransi menurut Michael Walzer (1997) ada lima tingkat, yaitu *pertama*, menerima secara pasif perbedaan itu guna menciptakan kedamaian. *Kedua*, menganggap perbedaan namun tidak berarti artinya hanya sekadar dianggap keberadaannya saja dan tidak bermakna. *Ketiga*, telah mengakui dan memiliki makna atas perbedaan. *Keempat*, adanya sikap saling terbuka sehingga menimbulkan rasa saling pengertian. *Kelima*, tingkatan terakhir dimana toleran ke tingkat mendukung dan menjaga perbedaan tersebut (Simamarta, H. T., Sunaryo., Susanto, A., Fachrurozi., & Purnama 2017).

2.7. Homoseksual

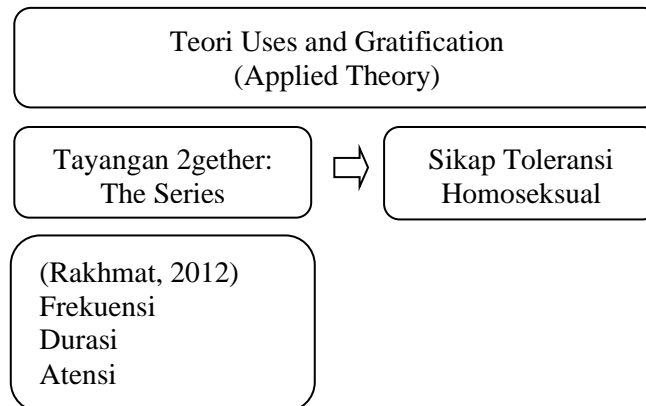
Homoseksual sering dikaitkan pada kelainan seksualitas. Kebanyakan homoseksual mulai menyadari dirinya mempunyai kecenderungan “berbeda” ketika dalam usia muda. Studi menunjukkan bahwa perilaku homoseksual dan ketertarikan sesama jenis banyak dijumpai sejak usia 15, sedangkan keputusan untuk *coming out* menjadi homoseksual terjadi pada usia dewasa muda. Nugroho dalam (Damayanti 2015) Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2014 menyatakan bahwa homoseksual itu penyakit yang harus disembuhkan.

Abraham (2010) mengatakan bahwa sejak dahulu di Indonesia, homoseksual berkembang dari sejarah yang cukup kompleks. Di Sulawesi salah satunya, homoseksual tersebar di desa-desa terpencil (Levi, A., McHarry, M., & Pagliassotti 2010). Keberadaan kaum homoseksual selalu mengundang kontroversi dan sering diperlakukan dengan tidak wajar. Terlebih kasus yang beredar pada Agustus 2020, yakni penangkapan sejumlah pasangan gay yang sedang menggelar pesta di salah satu hotel di Jakarta, membuat banyak masyarakat kehilangan *respect* terhadap kaum tersebut.

2.8. Kerangka Teori

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat dibuat bagan kerangka teori sebagai berikut :

Bagan 1. Kerangka Teori



3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif berupa survei, dimana dalam pengumpulan datanya menggunakan tiga teknik yaitu kuesioner (angket), observasi nonpartisipan dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer berupa kuesioner dan data sekunder berupa buku, artikel, serta jurnal. Populasi yang digunakan adalah *follower* akun twitter @thaiifess berjumlah 49.031 dengan mengambil sampel menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{49.031}{1 + 49.031 \cdot 10^2}$$

$n = 99,79 \rightarrow$ dibulatkan menjadi 100 responden

Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu *follower* dari akun @thaiifess, berjenis kelamin perempuan dan telah menonton tayangan *2gether: The Series* di salah satu platform (LINE TV, YouTube dan Netflix). Pengumpulan responden dengan menyebarkan kuesioner di twitter menggunakan *google form*. Instrumen pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala likert, karena untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial digunakan skala likert (Sugiyono 2013). Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda kemudian dilanjutkan pada pengujian hipotesis yaitu uji t parsial, uji f simultan dan koefisien determinasi.

4. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas yaitu nilai *cronbach alpha* $>$ 0,60. Ghazali dalam (Gunawan and Sunardi 2016). Hasil uji validitas menggunakan *pearson product moment* pada variabel X yaitu tayangan *2gether: The Series* menunjukkan bahwa dari 17 item terdapat 3 item yang dinyatakan tidak valid dan harus dihilangkan. Sedangkan untuk variabel Y yaitu sikap toleransi menunjukkan bahwa 8 item dinyatakan valid dan tidak ada yang perlu dihilangkan.

Hasil uji reliabilitas pada variabel X menunjukkan nilai *cronbach alpha* sebesar $0,707 > 0,60$ dinyatakan reliabel. Sedangkan hasil uji reliabilitas pada variabel Y menunjukkan nilai Cronbach alpha sebesar $0,904 > 0,60$ dinyatakan reliabel.

4.1. Hasil Penelitian

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik untuk menghindari munculnya bias dalam analisis serta menghindari kesalahan spesifikasi model regresi yang digunakan (Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief 2019). Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas kemudian dilanjutkan dengan melakukan uji regresi linier berganda.

1. Uji Normalitas

**Tabel 4.1 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.05327687
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.051
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d

Dari hasil uji diatas, nilai signifikansi Asymp. Sig (2 tailed) menunjukkan nilai sebesar $0,200 > 0,05$. Kesimpulannya data berdistribusi normal.

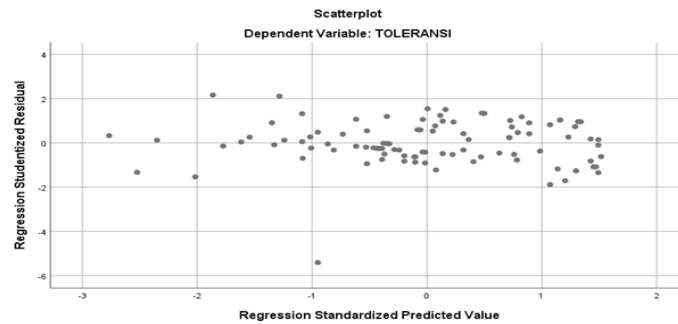
2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.2 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model		Unstandardized	Coefficients	Standardized	Collinearity			
		B	Std. Error	Beta	t	Sig	Statistics Tolerance	Statistics VIF
1	(Constant)	9.554	6.332		1.509	.135		
	FREKUENSI	-.118	.318	-.036	-.371	.711	.907	1.102
	DURASI	.156	.308	.049	.505	.615	.906	1.103
	ATENSI	.599	.149	.398	4.011	.000	.885	1.130

Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila nilai pada kolom Tolerance $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,00$. (Ghozali 2018). Hasil dari program SPSS pada kolom Tolerance Frekuensi menghasilkan $0,907 > 0,100$. Durasi menghasilkan $0,906 > 0,100$. Atensi menghasilkan $0,885 > 0,100$. Maka ketiga variabel independen tersebut tidak berkorelasi atau tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Dalam gambar *scatterplot* pada uji heteoskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak atau tidak jelas, maka disimpulkan bahwa data tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Ghozali dalam (Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief 2019).

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				Collinearity	Collinearity
		Unstandardized	Coefficients	Standardized		Statistics	Statistics
		B	Std. Error	Beta	T	Tolerance	VIF
Model							
1	(Constant)	9.554	6.332		1.509		
	FREKUENSI	-.118	.318	-.036	-.371	.711	.907
	DURASI	.156	.308	.049	.505	.615	.906
	ATENSI	.599	.149	.398	4.011	.000	.885

$$Y = 9,554 + (-0,118) X_1 + 0,156 X_2 + 0,599 X_3$$

Nilai konstanta sebesar 9,554 menyatakan bahwa X_1 X_2 X_3 meningkat 1 satuan, maka Y akan meningkat 9,554

Nilai koefisien regresi X_1 terhadap Y (-0,118) adalah negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin rendah frekuensi, maka semakin rendah pula sikap toleransi.

Nilai koefisien regresi X_2 terhadap Y 0,156 adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi durasi, maka semakin tinggi pula sikap toleransi.

Nilai koefisien regresi X_3 terhadap Y 0,599 adalah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi atensi, maka semakin tinggi pula sikap toleransi.

5. Uji T Parsial

Uji t parsial merupakan uji yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan,
Ho1: tidak ada pengaruh frekuensi dari tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan penggemar *boys love* mengenai kaum homoseksual

Ha1: ada pengaruh frekuensi dari tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan penggemar *boys love* mengenai kaum homoseksual

Ho2: tidak ada pengaruh durasi dari tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan penggemar *boys love* mengenai kaum homoseksual

Ha2: ada pengaruh durasi dari tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan penggemar *boys love* mengenai kaum homoseksual

- Ho3: tidak ada pengaruh atensi dari tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan penggemar *boys love* mengenai kaum homoseksual
Ha3: ada pengaruh atensi dari tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan penggemar *boys love* mengenai kaum homoseksual.

Tabel 4.4 Uji T Parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
						B		Tolerance
1	(Constant)	9.554	6.332		1.509	.135		
	FREKUENSI	-.118	.318	-.036	-.371	.711	.907	
	DURASI	.156	.308	.049	.505	.615	.906	
	ATENSI	.599	.149	.398	4.011	.000	.885	

Data diatas diperoleh dari perhitungan menggunakan program SPSS. Selanjutnya, untuk menguji hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan $< 0,05$ atau dengan membandingkan nilai t hitung $> t$ tabel. Ghazali dalam (Santoso 2018).

Nilai signifikan :

Frekuensi = $0,711 > 0,05$

Durasi = $0,615 > 0,05$

Atensi = $0,000 < 0,05$ (hanya dimensi atensi yang nilainya kurang dari 0,05 maka atensi yang berpengaruh terhadap sikap toleransi).

t hitung $> t$ tabel (tolak Ho terima Ha)

Nilai t hitung dari tiap dimensi dapat dilihat pada kolom t pada tabel diatas. Sedangkan untuk mengetahui nilai t tabel dapat dihitung menggunakan rumus $(\alpha/2)$; $(n-k-1)$.

$(0,05/2)$; $(100-3-1) = (0,025)$; $(96) = 1,984$ (lihat pada t tabel $\alpha 0,05$).

t hitung frekuensi = $-0,371 < 1,984$ t tabel

t hitung durasi = $0,505 < 1,984$ t tabel

t hitung atensi = $4,011 > 1,984$ t tabel

Kesimpulannya, dari perbandingan t hitung dengan t tabel diatas dapat diinterpretasikan :

Frekuensi: Ho1 diterima Ha1 ditolak = tidak ada pengaruh frekuensi terhadap sikap toleransi.

Durasi: Ho2 diterima Ha2 ditolak = tidak ada pengaruh durasi terhadap sikap toleransi.

Atensi: Ho3 ditolak Ha3 diterima = ada pengaruh atensi terhadap sikap toleransi.

6. Uji F Simultan

Uji ini bertujuan untuk mengetahui serta menguji hipotesis secara simultan atau secara bersama-sama pengaruh variabel X tayangan *2gether: The Series* (frekuensi, durasi dan atensi) terhadap variabel Y sikap toleransi.

Ho: tidak ada pengaruh tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan penggemar *boys love* mengenai kaum homoseksual

Ha: ada pengaruh tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan penggemar *boys love* mengenai kaum homoseksual

Dasar pengambilan keputusannya sama seperti uji t yakni membandingkan nilai signifikan $< 0,05$ atau dengan membandingkan nilai f hitung $> f$ tabel.

Tabel 4.5 Uji F Simultan

		ANOVA				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.234	3	106.411	6.281	.001b
	Residual	1626.476	96	16.942	6.281	.001b
	Total	1945.710	99			

Nilai signifikan menunjukkan $0,001 < 0,05$ maka frekuensi, durasi dan atensi atau variabel X tayangan *2gether: The Series* secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y sikap toleransi. Nilai f hitung $> f$ tabel, nilai f hitung pada kolom f yaitu 6,281. Nilai f tabel dapat dihitung menggunakan rumus $(k ; n-k) (3 ; 100-3) (3 ; 97) = 2,70$ (lihat pada f tabel).

7. Koefisien Determinasi

Tabel Nilai R Square

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.405a	.164	.138	4.116	1.840	

Nilai koefisien determinasi atau tabel *R Square* sebesar 0,164 atau 16,4%. Dalam hal ini, terdapat pengaruh tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan mengenai homoseksual sebesar 16,4% dan sisanya 83,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kontribusi dari tiap dimensi variabel X yaitu frekuensi, durasi dan atensi terhadap variabel Y dapat dihitung dengan formula (koefisien regresi beta \times koefisien korelasi \times 100%) dan hasilnya harus sama dengan besaran *R Square* yaitu 16,4 %.

Frekuensi : $-0,036 \times 0,079 \times 100 \% = -0,003$

Durasi : $0,049 \times 0,147 \times 100 \% = 0,0072$

Atensi : $0,398 \times 0,401 \times 100 \% = 0,16$

Dari ketiga nilai kontribusi tiap dimensi variabel X apabila ditotal menunjukkan hasil 0,164 atau 16,4 %. Dimensi atensi yang berkontribusi paling besar atau paling berpengaruh terhadap variabel Y.

4.2. Diskusi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan mengenai homoseksual. Berdasarkan teori *uses and gratifications* yang dikemukakan oleh Katz, Blumler dan Gurevitch menyatakan bahwa khalayak dianggap aktif dalam menggunakan media sebagai pemuas kebutuhan dan kepuasannya. Dalam hal ini adalah perempuan penggemar *boys love* yang menggunakan media berupa LINE TV, YouTube, Netflix untuk menonton tayangan *2gether: The Series* serta Twitter yang digunakan sebagai media sosial untuk memperoleh konten *boys love*.

Dimensi frekuensi dari menonton tayangan *2gether: The Series* yang disebarakan melalui kuesioner kepada 100 responden *followers @thaiifess*, menunjukkan hasil sebanyak 24% yang telah menonton lebih dari 8 kali, sebanyak 36% telah menonton 1 sampai 2 kali. Dimensi frekuensi terhadap variabel Y yaitu sikap toleransi tidak menghasilkan pengaruh yang signifikan sebab pada uji t parsial

dalam pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung $-0,371 < 1,984$ t tabel, serta pada nilai signifikansi menunjukkan $0,711 > 0,05$. Nilai koefisien determinasi menunjukkan kontribusi sebesar $-0,003$.

Dimensi durasi dari menonton tayangan *2gether: The Series* menunjukkan hasil persentase paling besar yaitu 33% perempuan penggemar *boys love* mampu menonton keseluruhan episode (13 episode) dengan durasi 1 hingga 2 hari. Dimensi durasi terhadap variabel Y yaitu sikap toleransi tidak menghasilkan pengaruh yang signifikan, sebab pada uji t parsial dalam pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung $0,505 < 1,984$ t tabel, serta pada nilai signifikansi menunjukkan $0,615 > 0,05$. Nilai koefisien determinasi menunjukkan kontribusi sebesar $0,0072$.

Dimensi atensi atau perhatian menunjukkan hasil pada uji t parsial dalam pengujian hipotesis menunjukkan nilai t hitung $4,011 > 1,984$ t tabel, serta pada nilai signifikansi menunjukkan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa atensi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y . Nilai koefisien determinasi menunjukkan kontribusi sebesar $0,16$. Hanya atensi yang memiliki pengaruh terhadap variabel Y .

Secara simultan atau secara bersama-sama dari ketiga dimensi dari variabel Y yaitu frekuensi, durasi dan atensi menunjukkan hasil bahwa tayangan *2gether: The Series* berpengaruh secara signifikan terhadap sikap toleransi perempuan mengenai homoseksual dalam uji f simultan sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan mengenai homoseksual sebesar $0,164$ atau $16,4\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

5. SIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi perempuan mengenai homoseksual sebesar $16,4\%$ yang didapat dari hasil koefisien determinasi. Secara simultan pada uji f (uji hipotesis) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan tayangan *2gether: The Series* terhadap sikap toleransi sebesar $0,001 < 0,05$. Pada f hitung menunjukkan nilai $6,281$ dimana nilai ini lebih besar daripada f tabel $2,70$ dan dapat dikatakan berpengaruh.

Penggunaan media dapat memberikan efek yang luar biasa bagi penggunanya. Terlebih dalam mengakses konten dari luar negeri seperti konten *boys love* pada tayangan *2gether: The Series*. Menonton merupakan aktivitas yang menyenangkan, namun perlu diperhatikan apakah tayangan yang ditonton dapat memberikan dampak yang positif atau bahkan negatif. Perlu diperhatikan bahwa objek tontonan perempuan penggemar *boys love* adalah pasangan homoseksual yang kehidupan dalam dunia nyata ditekan oleh sosial, oleh sebab itu perlu adanya kesadaran untuk tidak menghakimi perilaku tersebut. Saat menggemari suatu hal, hendaklah dapat mengatur dan membatasi agar tidak terjadi fanatisme dimana hal ini dapat berpengaruh kepada hal yang tidak diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anjanette, C. (2019). *Konstruksi Feminitas Pria Homoseksual dalam Boys Love (Analisis Semiotika terhadap Komik Jepang Romantic Joutou oleh Moriyo)*. Universitas Airlangga.
- [2] Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- [3] Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Prenadamedia Group.
- [4] Cindoswari, A. R., & Dina, D. (2013). Peran Media Massa Terhadap Perubahan Perilaku Remaja di Komunitas KPopers Batam. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 53(9), 1689–1699.
- [5] Damayanti, R. (2015). *Pandangan Masyarakat Terhadap Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) di Jakarta, Depok, Tangerang*. <https://cutt.ly/tjeTCPp>
- [6] Dewi, P. A. (2012). Komunitas Fujoshi Di Kalangan Perempuan Indonesia. *Lingua Cultura*, 6(2), 173. <https://doi.org/10.21512/lc.v6i2.404>
- [7] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [8] Gunawan, A., & Sunardi, H. (2016). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja

- Karyawan Pada Pt Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 16(1), 98066.
- [9] Habibah, Y. N., Pratama, J. A., Iqbal, M. M., Ilmu, F., Politik, I., & Padjadjaran, U. (2018). *Globalisasi dan Penerimaan LGBTQ + di ASEAN : Studi Kasus Budaya Boys ' Love di Thailand Pendahuluan Seiring dengan pandemi COVID-19 yang memaksa banyak orang untuk tetap di rumah , tingkatan konsumsi hiburan digital pun semakin meningkat . Salah satu pen.* 87–103.
- [10] Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE DAN INTERAKSI ANTARSOSIAL TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA PUTRI (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du). *Scriptura*, 10(1), 15–23. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.1.15-23>
- [11] Koaysomboon, T. (2020). *Everything You Need to Know About Thailand's Thriving Boys Love Culture*. <https://cutt.ly/LhQWt7t>
- [12] Levi, A., McHarry, M., & Pagliassotti, D. (2010). *Boys' Love Manga: Essays on The Sexual Ambiguity and Cross-Cultural Fandom of The Genre*. McFarland & Company Inc.
- [13] Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & KellyNew, K. (2009). *Media: a Critical Introduction*. Routledge Taylor & Francis e-Library.
- [14] Mardiana, L., & Zi'ni, A. F. (2020). Pengungkapan Diri Pengguna Akun Autbase Twitter @Subtanyarl. *Jurnal Audience*, 3(1), 34–54. <https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.4134>
- [15] McLelland, M., & Welker, J. (2015). *Boys Love Manga and Beyond (History, Culture, and Community in Japan)*. University Press of Mississippi.
- [16] Meri, A., Tiung, L. K., Yusoff, S. N. M., Modili, C. (2020). Eksplorasi Kegunaan dan Kepuasan Portal Berita dalam kalangan Remaja di Sabah. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(11), 95–103. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v5i11.528>
- [17] Nabila, A. R., & Sugandi, M. S. (2020). *PENGARUH PERILAKU MENONTON TAYANGAN KEKERASAN TERHADAP AGRESIVITAS PENONTON REMAJA (Studi Eksplanatif Menonton Tayangan Kekerasan dalam Film " Joker " Terhadap Agresivitas Penonton Remaja di DKI Jakarta)*. 10(2), 77–84. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.2.77-84>
- [18] Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- [19] Santoso, L. V. (2018). Analisis Pengaruh Satisfaction. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 6(1994).
- [20] Simamarta, H. T., Sunaryo., Susanto, A., Fachrurozi., & Purnama, C. S. (2017). *Indonesia Zamrud Toleransi*. PSIK-Indonesia.
- [21] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- [22] Sukiman. (2018). *Pendidikan Orang Tua: Menumbuhkan Sikap Toleran Pada Anak*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- [23] Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- [24] Syam, N. W. (2011). *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.