Pengaruh Pemberitaan Media Massa dan Sikap Komunitas LGBT terhadap *Self Esteem* LGBT di Kota Medan

The Effect of Mass Media and the Attitudes of the LGBT Community on LGBT Self Esteem in Medan City

Kamariah, Abdul Munir & Cut Meutia

Program Studi Magister Psikologi, Pascasarjana Psikologi, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Tujuan ini untuk mengetahui apakah pemberitaan media massa dan sikap komunitas LGBT mempengaruhi *self esteem* LGBT di Kota Medan. Metode penelitian adalah kuantitatif jenis deskriptif korelatif dengan pola kajian korelatif dengan menempatkan variabel penelitian dalam dua kelompok yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Populasi penelitian adalah komunitas LGBT di Kota Medan. Sampling menggunakan teknik *Proportional Random Sampling* dengan jumlah sampel terpilih sebanyak 67 orang, metode pengumpulan data menggunakan skala pemberitaan media massa, skala sikap komunitas dan skala *self esteem* komunitas LGBT. Analisis data penelitian menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh yang positif yang sangat signifikan antara skala pemberitaan media massa dengan *self esteem* komunitas LGBT, yang ditunjukkan oleh koefisien $r_{x1y} = 0,380$ dan $p < 0,01$; (2) ada pengaruh positif yang signifikan antara sikap komunitas dengan mempengaruhi *self esteem* komunitas yang ditunjukkan oleh koefisien $r_{x2y} = 0,678$ dan $p < 0,01$; untuk kedua hipotesis di atas digunakan teknik analisis product moment; (3) ada pengaruh yang signifikan antara pemberitaan media massa dan sikap komunitas dengan *self esteem* komunitas LGBT kota Medan yang ditunjukkan oleh koefisien $F = 27,341$ dan korelasi ketiga variabel yaitu $R = 0,679$ sedangkan besaran pengaruh ketiganya $R^2 = 0,461$ dengan $p < 0,01$ dengan arti besaran pengaruh yaitu 46,1 %. Hipotesis ketiga dalam penelitian adalah untuk mengetahui daya pemberitaan media massa dan sikap komunitas terhadap munculnya *self esteem* komunitas, analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda.

Kata Kunci: Pemberitaan Media Massa, Sikap, *Self Esteem*.

Abstract

This purpose is to find out whether the mass media coverage and the attitudes of the LGBT community affect LGBT self esteem in Medan. The research method is quantitative descriptive correlative type with correlative study patterns by placing research variables in two groups, namely independent variables and dependent variables. The study population was the LGBT community in the city of Medan. Sampling uses Proportional Random Sampling technique with a selected sample of 67 people, the data collection method uses the scale of mass media coverage, the scale of community attitudes and the scale of self esteem of the LGBT community. Analysis of research data shows that (1) there is a very significant positive effect between the scale of mass media coverage and the self esteem of the LGBT community, which is indicated by the coefficient $r_{x1y} = 0.380$ and $p < 0.01$; (2) there is a significant positive effect between community attitudes and influencing community self esteem as indicated by the coefficient $r_{x2y} = 0.678$ and $p < 0.01$; for the two hypotheses above, the product moment analysis technique is used; (3) there is a significant influence between the mass media coverage and community attitudes with the self-esteem of the LGBT community in the city of Medan as indicated by the coefficient $F = 27,341$ and the correlation of the three variables namely $R = 0.679$ while the magnitude of the third contributors $R^2 = 0.461$ with $p < 0.01$ with the meaning of the magnitude of influence is 46.1%. The third hypothesis in this research is to determine the power of mass media coverage and community attitudes towards the emergence of community self esteem, the analysis used is Multiple Regression Analysis.

Keywords: Mass Media Reporting, Attitude, *Self Esteem*.

How to Cite: Kamariah. (2019). Pengaruh Pemberitaan Media Massa dan Sikap Komunitas LGBT terhadap *Self Esteem* LGBT di Kota Medan. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2) 2019: 154-160.

ISSN 2550-1305 (Online)

PENDAHULUAN

Perilaku kesehatan yang diperlihatkan oleh individu atau kelompok masyarakat tertentu, telah banyak mendapat sorotan pada akhir-akhir ini. Walaupun sesungguhnya sejak tahun 1940-an adanya peningkatan minat dan perhatian dari kalangan ilmuwan kesehatan ataupun perilaku untuk menyoroti masalah kesehatan antara "Sehat" dan "Sakit" yang dialami oleh anggota masyarakat. Hal tersebut banyak ditentukan dan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti faktor biomedik, kependudukan, pelayanan kesehatan dan lingkungan sekitar (Bulss, 1963). Budaya Hidup Sehat menurut undang-undang kesehatan Republik Indonesia UUD (Undang-Undang dasar) No. 9 Tahun 1960 tentang pokok kesehatan Bab 1 pasal 2, sehat adalah keadaan yang meliputi kesehatan badan, mental (rohani) dan sosial, dan bukan hanya keadaan yang bebas dari penyakit, cacat serta kelemahan.

Sehatnya tidaknya masyarakat, ditandai dengan sehatnya fisik dan mental masyarakat dalam menjalani kehidupan secara berdampingan dalam interaksi sosial masyarakat. Dalam hal ini, pembahasan yang sangat berpengaruh pada istilah sehat dan sakit adalah berada pada masalah hubungan antar sesama individu dalam masyarakat yang sehat ataupun sakit. Perdebatan tentang LGBT (*Lesbian Gay Biseksual Transgender*) sudah terjadi cukup lama dalam sejarah peradaban manusia. Akhir akhir ini pembicaraan LGBT mencuat kembali setelah pelaku LGBT mulai terbuka menunjukkan jati dirinya. Pasalnya persoalan LGBT merupakan persoalan anomali bagi sebagian besar masyarakat Indonesia yang sangat menjunjung tinggi nilai-nilai budaya dan adat istiadatnya. Pelaku LGBT memiliki orientasi seksual yang berbeda dengan kebanyakan orang. Hal inilah yang menyebabkan LGBT tidak diberi ruang di negara ini. Penolakan semakin kuat saat kaum LGBT secara terang terangan mengungkapkan tuntutan akan legalitas keberadaan mereka kepada pemerintah.

Meskipun kajian LGBT sudah sangat luas dibicarakan dan menjadi bagian dari perbincangan masyarakat berbagai kelas, ada hal yang sangat disayangkan, yaitu cara pandang masyarakat terhadap LGBT selalu diposisikan dan dilihat dengan pendekatan yang sangat diskriminatif sebagai kelompok yang 'salah', 'menyimpang', 'pendosa' dan lain-lain. Semakin sering dan tinggi rating topik LGBT di masyarakat, maka semakin tinggi stigma, stereotipe dan diskriminasi yang terjadi kepada kelompok LGBT. Hal ini menjadi dasar yang sangat mencolok dari bagaimana perkembangan kehidupan sosial masyarakat. Dimana apabila kelompok-kelompok tertentu saling menyudutkan (Suharyanto, 2015; Pardede, & Asmaryadi, 2018; Nurhamidah & Malau, 2018).

Setiap individu yang hidup dan selalu berbuat sesuatu dalam kehidupannya jika tidak mendapat pengakuan atau dukungan atau bahkan orang lain selalu mengkaji dari kesalahannya saja, maka individu itu lama kelamaan akan mendapatkan kerendahan diri dan menganggap bahwa dirinya tidak mampu berbuat apapun yang bermanfaat sehingga menjadi individu yang tidak berilmu dan lebih parahnya lagi menjadi individu yang tidak bermanfaat dan melakukan perilaku yang merugikan orang lain bahkan kriminalitas. Hal ini diartikan bahwa apa yang ada pada diri individu itu akan semakin menurun khusus pada *Self Esteem* individu itu.

Baron dan Byrne (2004: 173) menjelaskan bahwa harga diri merupakan evaluasi diri yang dibuat oleh setiap individu, sikap seorang terhadap diri sendiri dalam rentan positif dan negatif. Hal ini sebagian didasarkan pada proses perbandingan sosial. Seseorang yang memiliki harga diri positif merasa dirinya berharga dan berkemampuan sedangkan seseorang yang memiliki harga diri negatif memandang dirinya sebagai orang yang tidak berguna, tidak berkemampuan dan tidak berharga. Harga diri ini seringkali menjadi penghambat individu untuk berkembang. Salah satunya dipengaruhi oleh pandangan orang sekitar atau masyarakat pada diri individu itu sendiri. Hal inilah yang terjadi pada komunitas LGBT yang tidak mendapat pengakuan dari hal positif yang mereka lakukan namun pengakuan bahwa mereka selalu melakukan perbuatan yang negatif di masyarakat.

Definisi lain dari Frey & Carlock (1987) menjelaskan bahwa harga diri adalah penilaian tinggi atau rendah terhadap diri sendiri yang menunjukkan sejauh mana individu yang mampu, penting dan berharga yang berpengaruh dalam perilaku seseorang. Menurut Tambunan (2001) *Self esteem* adalah suatu hasil penilaian individu terhadap dirinya yang diungkapkan dalam sikap positif dan negatif. *Self Esteem* berkaitan dengan bagaimana orang menilai tentang dirinya akan mempengaruhi perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Penilaian terhadap komunitas LGBT dapat dilihat berdasarkan penilaian dari masyarakat sekitar. Kemudian secara luas dapat dilihat dari bagaimana sorotan masyarakat menilai komunitas tersebut. Penilaian masyarakat secara luas dapat dilihat dari bagaimana media memberikan penilaian dan tanggapan mengenai aktivitas komunitas tersebut. Semakin baik pemberitaan yang muncul, itu menandakan bahwa penilaian masyarakat juga baik pada anggota komunitas itu. Kemudian jika media pemberitaan memunculkan pemberitaan yang negatif, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki penilaian yang negatif dan buruk. Tentu benar adanya secara konseptual pemberitaan media massa memberikan kontribusi pengaruh terhadap harga diri/*self esteem* komunitas LGBT itu. Hal ini dipengaruhi bagaimana media memunculkan berita yang berhubungan dengan komunitas LGBT itu sendiri.

Pemberitaan yang bersifat stigma dan outing mempunyai porsi yang tinggi, menurut organisasi ini tentunya sangat berbahaya bagi keamanan dan posisi LGBT di Sumatera Utara. Tanpa disadari dengan pemberitaan yang menyudutkan LGBT menjadi korban kekerasan yang dilakukan oleh media, mengakibatkan trauma yang berlipat dan ketidakpercayaan terhadap media itu sendiri. Penting untuk dipahami adalah bahwa satu aspek pemberitaan media adalah menjunjung tinggi prinsip keberagaman berita (*diversity*) adalah upaya media untuk menyajikan berita yang lengkap dengan menggunakan prinsip keadilan (*fairness*).

Setelah pemberitaan media massa mempengaruhi harga diri, ternyata. Harga diri juga dapat dipengaruhi oleh bagaimana sikap individu menerima segala stimulus yang muncul dari luar diri individu. Seorang individu yang mampu dan memiliki pendirian yang cukup matang tidak akan memperoleh memperdulikan pengaruh-pengaruh yang membuat dirinya masuk dalam situasi yang merugikan. Dengan kata lain individu tersebut acuh tak acuh dengan apa pendapat orang lain tentang dirinya dan tidak peduli dengan apa yang diberitakan di media massa. Sikap ini juga dapat dikatakan sebagai

indikator yang mempengaruhi *self esteem* dalam pribadi komunitas LGBT. Oleh karena itu, dengan banyaknya konsep yang muncul, peneliti merasa penelitian tentang ini perlu dilakukan mengingat juga khususnya komunitas LGBT ini juga perlu adanya pengawasa dan pembinaan seiring perbaikan diri mereka sendiri dan pendapat masyarakat mengenai komunitas LGBT ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi ganda. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	27,549	9,880		,007
Pemberitaan Media Massa	,035	,083	,045	,676
Sikap Komunitas	,571	,093	,655	,000

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa koefisien regresi variabel pemberitaan media massa mempunyai hubungan yang positif signifikan terhadap *self esteem* komunitas LGBT, dan koefisien regresi variabel pemberitaan media massa mempunyai hubungan yang positif signifikan terhadap *self esteem* komunitas LGBT. Adapun arti dari persamaan regresi di atas adalah:

1. Konstan = 27,549

Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen (pemberitaan media massa dan sikap komunitas). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel *self esteem* akan naik atau terpenuhi pula.

2. Pemberitaan Media Massa (X_1)

Merupakan nilai koefisien regresi variabel pemberitaan media massa (X_1) terhadap variabel *self esteem* (Y) yang artinya jika pemberitaan media massa (X_1) mengalami kenaikan satu satuan, maka *self esteem* (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,035 atau 3,5 % koefisien bernilai positif artinya antara pemberitaan media massa (X_1) dan *self esteem* (Y) memiliki hubungan positif. Kenaikan pemberitaan media massa (X_1) akan mengakibatkan kenaikan pada *self esteem* (Y).

3. Sikap Komunitas (X_2)

Merupakan nilai koefisien regresi variabel sikap komunitas (X_2) terhadap variabel *self esteem* (Y) yang artinya jika sikap komunitas (X_2) mengalami kenaikan satu satuan, maka *self esteem* (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,571 atau 57,1 % koefisien bernilai positif artinya antara sikap komunitas (X_2) dan *self esteem* (Y) memiliki hubungan positif. Kenaikan sikap komunitas (X_2) akan mengakibatkan kenaikan pada *self esteem* (Y).

Nilai korelasi parsial X_1 dengan Y sebesar 0,380 dengan $p < 0,05$, artinya terdapat korelasi yang positif signifikan. Nilai tersebut menunjukkan bahwa arah hubungan kedua variabel positif, artinya semakin tinggi pemberitaan media massa (X_1) maka akan semakin tinggi pula *self esteem*

(Y) komunitas hal itu belaku juga sebaliknya semakin rendah pemberitaan media massa (X_1) maka akan semakin rendah pula *self esteem* komunitas (Y), maka **hipotesis 1 diterima**.

Selanjutnya untuk X_2 dengan Y yaitu 0,678 dengan $p < 0,05$ Nilai tersebut menunjukkan bahwa arah hubungan kedua variabel positif, artinya semakin tinggi sikap komunitas (X_2) maka akan semakin tinggi *self esteem* (Y) komunitas, hal itu belaku juga sebaliknya semakin rendah sikap komunitas (X_2) maka akan semakin rendah pula *self esteem* komunitas (Y), maka **hipotesis 2 diterima**.

Hasil analisis Regresi Berganda juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara X_1 dan X_2 dengan Y. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien $F_{reg} = 27,341$ dimana $p < 0,05$. Dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama pemberitaan media massa (X_1) dan sikap komunitas (X_2) mempunyai korelasi yang signifikan dengan *self esteem* komunitas (Y), maka **hipotesis 3 diterima**.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberitaan Media Massa terhadap Self Esteem

Hasil Penelitian menunjukkan nilai linearity $F = 11,438$ dan $p = 0.002$ (< 0.05) yang berarti hubungannya dinyatakan linier, maka terdapat hubungan positif yang signifikan antara pemberitaan media massa dengan *self esteem* komunitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima. Ada pengaruh positif yang signifikan antara pemberitaan media massa dengan *self esteem* komunitas, yang ditunjukkan oleh koefisien $rx1y = 0,380$ dan $p = 0,000$ yaitu $p < 0,01$ hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kedua variable positif, artinya semakin tinggi skor pemberitaan media massa, maka akan semakin baik *self esteem* komunitas, dan begitu juga sebaliknya, semakin rendah skor pemberitaan media massa maka semakin buruk pula *self esteem* komunitas.

Berdasarkan hasil analisis data, didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa rendah pemberitaan media massa memiliki pengaruh positif dengan *self esteem* komunitas, yang ditunjukkan oleh koefisien $rx1y = 0,216$ dan $p < 0,01$. Artinya semakin baik pemberitaan media massa maka semakin tinggi *self esteem* komunitas. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemberitaan media massa memiliki daya prediksi terhadap munculnya *self esteem* komunitas yang ditunjukkan oleh koefisien determinan (r^2) sebesar 0,114 yang artinya ada 14,4 % pemberitaan media massa mempengaruhi *self esteem* komunitas. Berdasarkan hasil penelitian ini maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Sikap Komunitas terhadap Self Esteem

Hasil analisis hipotesis kedua menunjukkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara sikap komunitas dengan *self esteem* komunitas yang ditunjukkan oleh koefisien $rx2y = 0,678$ dan $p < 0,01$ yaitu 0,000 ; artinya apabila sikap komunitas positif maka *self esteem* komunitas juga baik. Hasil penelitian juga menunjukkan sikap komunitas memiliki pengaruh terhadap munculnya *self esteem* komunitas yang ditunjuk oleh koefisien determinan (r^2) sebesar 0,460 yang artinya ada 46 % sikap komunitas mempengaruhi *self esteem* komunitas. Untuk hipotesis ini digunakan teknik Analisis Product Moment.

Hasil penelitian ini diperkuat teori Myers (dalam Walgito, 1999) bahwa perilaku itu merupakan sesuatu yang akan banyak dipengaruhi dari lingkungan. Demikian pula sikap yang diekspresikan juga merupakan sesuatu yang dipengaruhi oleh keadaan sekitarnya. Orang tidak dapat mengukur sikap secara langsung adalah sikap yang menampak, dan sikap yang menampak adalah perilaku.

Mengenai sikap, Thurstone (dalam Walgito, 1999) juga berpendapat bahwa sikap bersifat positif atau negatif yang berhubungan dengan objek psikologi, yang maksudnya orang yang memiliki sikap positif terhadap suatu objek apabila ia suka (like) atau sikap yang favourable, sebaliknya orang yang memiliki sikap negatif terhadap objek apabila ia tidak suka (dislike) atau sikapnya unpavourable.

Pemberitaan Media Massa dan Sikap Komunitas terhadap Self Esteem

Hipotesis ketiga adalah ada pengaruh positif yang sangat signifikan antara pemberitaan media massa dan sikap komunitas dengan self esteem individu yang ditunjukkan oleh koefisien $F = 27,341$ dan $R = 0,679$ sedangkan $R^2 = 0,461$ dengan $p < 0,01$. Secara bersama-sama pemberitaan media massa dan sikap komunitas memiliki daya prediksi terhadap munculnya self esteem individu sebesar 46,1 %. Hal tersebut memberi makna bahwa secara bersama kedua variabel tersebut, yaitu pemberitaan media massa dan sikap komunitas menentukan munculnya self esteem individu sebesar 46,1 %. Hipotesis ketiga dalam penelitian adalah untuk mengetahui daya prediksi pemberitaan media massa dan sikap komunitas terhadap munculnya self esteem individu, analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda. Standard error of estimate (SEE) sebesar 4,34, makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependent. Nilai ini jika semakin mendekati angka 0 (nol) maka semakin akurat analisis regresinya. Angka akurasi adalah $4,34 - 100\% = 95,66\%$.

Coopersmith (1967) menyatakan bahwa harga diri yang disebut juga sebagai self esteem merupakan evaluasi yang dibuat oleh individu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dirinya yang diekspresikan melalui suatu bentuk penilaian setuju dan menunjukkan tingkat dimana individu meyakini dirinya sebagai individu yang mampu, penting dan berharga. Harga diri seseorang dapat menentukan perilaku ini dapat dilihat melalui proses berpikirnya, emosi, nilai, cita-cita, serta tujuan yang hendak dicapai seseorang. Bila seseorang mempunyai harga diri yang tinggi, maka perilakunya juga akan tinggi, sedangkan bila harga dirinya rendah, akan tercermin pada perilakunya negatif pula.

Selanjutnya Uno (2008) menjelaskan self esteem atau penghargaan diri adalah kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan dan menyenangkan diri sendiri meskipun memiliki kelemahan dan menyenangkan diri sendiri meskipun memiliki kelemahan. Dalam pengertian yang lebih luas Uno menjelaskan bahwa "penghargaan diri adalah kemampuan untuk menghormati dan menerima diri sendiri sebagai pribadi yang pada dasarnya baik. Penjelasan selanjutnya adalah kemampuan mensyukuri berbagai aspek dan kemungkinan positif yang diserap dan menerima aspek negatif dan keterbatasan yang ada pada diri dan tetap menyukai diri sendiri. Dan kemudian diartikan sebagai kemampuan memahami kelebihan dan kekurangan dan menyukai diri sendiri dengan segala kekurangan dan kelebihan.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan kesimpulan-kesimpulan penelitian. 1. Ada pengaruh positif yang signifikan antara pemberitaan media massa dengan mempengaruhi *self esteem* komunitas LGBT. Ada pengaruh positif yang signifikan antara sikap komunitas dengan mempengaruhi *self esteem* komunitas, dan ada pengaruh positif yang signifikan antara pemberitaan media massa dan sikap komunitas dengan *self esteem* komunitas LGBT kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abigail, (2012), *The GWL-INA: The Formation of a National Network of Gay Men, Transgender and MSM in Indonesia*; HIV Australia.
- Anonim, (2011), *Kesehatan Lesbian: Fakta dan Mitos*; Jakarta: Ardhanary Institute.
- Azwar, S (1986), *Reliabilitas dan Validitas: Seri Pengukuran Psikologi*, Yogyakarta, Penerbit Liberty.
- Budianti, M., (2014), *Identitas-Trans, dalam Ekspresi Untuk Identitas*; Suara Kita, PKBI dan renebook.
- Butar Butar, E., & Kristina (2015), *Laporan Situasi LGBT di Sumatera Utara*; Pemantauan Berbasis Media Cetak dan Online.
- Cohen, S & Symes, S.I (1985), *Social Support And Health*, London; Academic Perss.
- Hadi, S (1987), *Metodologi Research, Jilid II*. Yogyakarta, Liberty.
- Irwanto, (2007), *Modul Pelatihan Komprehensif Harm Reduction*. Jakarta; Program aksi Stop AIDS Family Health International.
- Kaplan, R.M., & Thomas, J., (1993), *Health And Human Behavior*, United States Of Amerika; Mc.Graw Hill Hill Book Company Inc.
- Lubis, Z (2010), *Penggunaan Statistik Dalam Penelitian Sosial*, Medan; Perdana Publishing.
- Mulia, S.M., (2010), *Islam dan Hak Asasi Manusia: Konsep dan Implementasi*, Yogyakarta: Naufan Pustaka.
- Nurhamidah & Malau. W (2018). Persepsi Masyarakat terhadap Kegiatan Mangkal Waria di Kelurahan Sipolu-Polu Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 1 (2): 104-109.
- Pardede, N., & Asmaryadi, A. (2018). Perilaku Waria (Studi Kasus Remaja) di Mandailing Natal. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 10(2), 80 - 86. doi:<https://doi.org/10.31289/analitika.v10i2.1907>
- Robbins, S. P dan Judge, T. A (2009), *Perilaku Organisasi*, Jakarta; Salemba Empat.
- Siegel & Lane (1989), *Organisasi dan Manajemen*, Jakarta; Erlangga
- Strauss & Sayles (1994), *Psychology Of Human Behaviour*, New Delhi; Mc.Graw Hill Book Company Inc.
- Suharyanto, A. (2015). Waria dalam Pandangan Antropologi Tubuh, *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya (Journal of Social and Cultural Anthropology)*, 1 (1): 94-101.
- Taylor, S. E (1999), *Health Psychology*, Singapura; Mc.Graw Hill International.
- USAID, (2016), *Tujuan dan Analisis Partisipatif tentang Lingkungan Hukum dan Sosial bagi Orang dan Masyarakat Madani Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT)*; Laporan Nasional Indonesia.
- Watson & Tregerthan (1994), *Introduction To Psychology*, New York; Mc.Graw Hill Book Company Inc.