

# ETNOGRAFI KOMUNIKASI KOMUNITAS GAY DI JAKARTA

**Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih, M.Si.**

Dosen Tetap FISIP UHAMKA, Lektor Kepala

[noviap1711@gmail.com](mailto:noviap1711@gmail.com)

## **ABSTRACT**

*The existence of gay community in Indonesia where people tend to be religious, is difficult to gain acceptance from various parties. The prevailing culture is eastern culture where people uphold strongly religious values, norms, morals, and customs. Community rejection of the existence of gay community makes gay very careful in expressing their sexual orientation publicly. It is of interest therefore to study gay community, especially gay coming out as this community has unique characteristic underlying their communication patterns and lifestyles, different significantly with the heterosexual community groups. Symbols of communication they use in interacting with other people feature its distinct characteristics of the gay community. The purpose of this study is to find out the activities, communication patterns, and the formation of self-identity after coming out. Theories that are relevant in this study are: (i) Symbolic Interactionism theory, (ii) Identity theory, and (iii) Self-Presentation theory. The research paradigm used is subjective while the Ethnography of Communication methods adopted in analyzing this phenomenon are conducting in-depth interviews, observation, focus group discussions, and document analysis. Data Analysis is performed using Miles & Huberman Interactive Model*

*The results show the communication activities are carried out in every situation, events, and acts of communication. Unconsciously, members of the community use communication patterns that at the end of the day becomes a habit. Against the backdrop of their day to day communication activities they would create communication patterns along with communication competency reflecting various stages of relationships. It starts from just simple friendship all the way to a more intimate ones. Event of communication can be divided into three events, namely, with fellow members, with other institution and with society. Openness in the families, communities, and society by coming out is preceded by the process of coming in, a revelation of himself as a gay followed by self-identification and self-concept. Gay specific communication styles serve as a way out for gay community to overcome gayphobia such as negative stigma, bullying, and discrimination in the society. Gayphobia, the fear of society against gay community, is inversely proportional to hetero phobia in the form of bullying committed by gay community against ex-gay and gay undergoing process to*

*convert to the hetero. Sexual rituals among the gay community are held to bind emotions with his partner through variety sexual roles. The perspective of some members of the community changed, as they start to believe that 'gay can change'. The previously held myth that gay-gene is considered innate finally dies. This affects the identity formation of two informants who actually want to convert into hetero-sexual.*

**Keywords:** *Ethnography of Communication, Coming out Gay, Communication Activity, Communication Patterns, Self Identity.*

## **A. PENDAHULUAN**

Komunitas *gay* merupakan kaum minoritas yang ada di tengah-tengah masyarakat heteroseksual. Dalam kehidupan masyarakat, setiap manusia sebagai makhluk sosial selalu terlibat dalam interaksi. Begitu halnya dengan kaum minoritas *gay* yang keberadaannya sampai saat ini belum mendapat tempat di sebagian masyarakat.

Fenomena *gay* merupakan salah satu realitas sosial yang masih menjadi kontroversi dan banyak didiskusikan serta diperdebatkan, karena banyak aspek-aspeknya yang belum terkuak secara tuntas sehingga menimbulkan berbagai pertanyaan di kalangan masyarakat. Selain itu, karena gejala tersebut merupakan gejala sosial yang sensitif bersifat universal. Penolakan masyarakat terhadap eksistensi kaum *gay* membuat *gay* sangat berhati-hati untuk membuka orientasi seks. Implikasi dari realitas tersebut dianggap mampu menimbulkan masalah-masalah sosial, sehingga tetap mengundang banyak minat terutama di kalangan para ilmuwan dari berbagai disiplin ilmu untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dan rinci sesuai dengan bidangnya masing-masing. Dengan demikian, sampai saat ini tetap masih merupakan sesuatu yang aktual untuk dikemukakan dan dibahas.

Salah satu komunitas homoseksualitas di Jakarta adalah Komunitas Arus Pelangi yakni sebuah organisasi non profit yang terus mendorong terwujudnya tatanan masyarakat yang bersendikan pada nilai-nilai kesetaraan, berperilaku dan memberikan penghormatan terhadap hak-hak kaum Lesbian, *Gay*, Bisexual, Transexual dan Transgender (LGBT) sebagai hak asasi manusia.

Belakangan ini kaum *gay* semakin berani untuk mengungkapkan keberadaan atau eksistensinya dalam masyarakat. Hal ini ditandai dengan informasi-informasi yang berkembang di media massa tentang berita yang menceritakan kehidupan kaum *gay* sehingga menyebabkan berkembangnya kelompok-kelompok atau komunitas sebagai wadah aktualisasi yang dapat menampung aspirasi dan kreativitas dari kaum yang dianggap marginal ini.

Fenomena kaum *gay* yang unik ini tumbuh dan berkembang di negara Indonesia sebagai negara yang berbudaya. Keberadaan kaum *gay* di Indonesia sulit mendapat dukungan dari berbagai pihak, karena kiblat budaya yang dianut adalah budaya timur yang sangat memegang teguh nilai-nilai agama, norma, moral, dan adat istiadat. Sebagian masyarakat Indonesia menganggap bahwa *gay* tidak sesuai dengan norma agama, budaya, dan sebagai perilaku yang menyimpang. Karena perilaku seksual seperti ini belum berlaku secara umum dan dapat diterima oleh masyarakat.

Agama merupakan pedoman dan landasan moral masyarakat. Setiap agama memiliki tujuan yang sama dalam membentuk moral masyarakat. Islam memiliki tinjauan khusus

terhadap kaum *gay*, dimana Islam sangat melaknat hubungan sejenis, yakni tercantum dalam Al-Qur'an QS Asy-Syu'araa : 165-166 : "*Mengapa kamu mendatangi jenis lelaki di antara seluruh alam, dan kamu tinggalkan apa yang diciptakan untuk kamu, yakni istri-istri kamu, bahkan kamu adalah orang-orang yang melampaui batas*". Sedangkan dalam Kitab Injil, terkandung dalam Imamat 20 : 13, berbunyi :

*"Apabila seorang laki-laki bersetubuh dengan laki-laki lain, maka mereka melakukan perbuatan yang keji dan hina, dan kedua-duanya harus dihukum mati. Mereka mati karena salah mereka sendiri"*.

Dengan demikian, sudah sangat jelas agama melarang dengan mutlak hubungan terlarang di antara *gay*. Namun, walau agama sangat ketat mengatur hal ini, faktanya eksistensi kaum *gay* sangat berkembang pesat bahkan mereka semakin gigih memperjuangkan hak-hak mereka agar dianggap setara. Larangan terhadap aktivitas kaum *gay* ini tak hanya diatur oleh agama, tetapi juga hukum positif.

Tidak semua kaum *gay* berani dan mampu melakukan pengungkapan diri (*coming out*). Individu yang menyadari dirinya sebagai penyuka sejenis membutuhkan waktu lama untuk mengidentifikasi, mengkonfirmasi, dan menerima orientasi seksualnya. Perasaan bingung, takut, dan penyangkalan mewarnai tahapan awal ketika individu mulai merasakan ketertarikan secara fisik, seksual, dan emosional pada individu sesama jenis. Setelah mampu mengidentifikasi dirinya sebagai seorang *gay*, biasanya individu akan mulai mempertimbangkan untuk menutupi atau memberitahukan orang lain mengenai identitasnya ini. Tantangan ketika seorang *gay* telah memberanikan diri untuk *coming out*, yang bersangkutan harus menghadapi sejumlah pertanyaan keluarga atau masyarakat sekitar, yang tentunya rawan menimbulkan konflik, baik internal maupun internal. Kini telah banyak kaum *gay* yang menerima dan mengakui bahwa dirinya benar seorang *gay*. Hal ini terjadi karena individu tersebut tidak lagi memiliki kekhawatiran jika orientasi seksualnya sebagai seorang *gay* diketahui pihak lain.

Alasan peneliti tertarik menelaah komunitas *gay*, khususnya *gay coming out* yang berada dalam komunitas Arus Pelangi Jakarta adalah karena keunikan yang dimiliki komunitas ini yang mempunyai karakteristik meliputi nilai-nilai dan norma-norma yang melandasi pola pikir dan pola komunikasi termasuk sikap, perilaku dan gaya hidup yang berbeda secara cukup signifikan dengan kelompok masyarakat umum yang heteroseksual. Di samping itu, simbol-simbol komunikasi yang mereka gunakan dalam berinteraksi memberikan ciri tersendiri yang dapat merepresentasikan komunitas *gay*.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : "Bagaimanakah etnografi komunikasi komunitas *gaycoming out* pada komunitas Arus Pelangi Jakarta ?"

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui aktivitas komunikasi pada komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta, yang meliputi situasi komunikasi, peristiwa komunikasi, serta tindak komunikasi yang

terjadi di antara anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta dengan lembaga lain dan masyarakat.

2. Mengetahui pola komunikasi yang terbentuk pada komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta.
3. Mengetahui identitas diri dan konsep diri kaum *gay*, baik di dalam komunitas Arus Pelangi Jakarta maupun di masyarakat.

#### **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

##### **1. Manfaat Akademis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam rangka memperkaya model - model penelitian kualitatif dan pendekatan subyektif, dengan menggunakan metode etnografi komunikasi. Di samping itu juga diharapkan dapat melengkapi referensi ilmiah yang berkaitan dengan pola komunikasi, konsep diri, identitas, konflik yang terjadi, dan simbol-simbol yang digunakan oleh komunitas *gay* dalam melakukan aktivitas komunikasi dengan sesama anggota maupun dengan masyarakat, serta konflik yang dialami kaum *gay* yang telah melakukan *coming out*.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang komprehensif tentang fenomena nyata yang terjadi di masyarakat, sehingga masyarakat dapat menyikapinya sesuai dengan pengetahuannya tentang komunitas *gay*, baik pro, netral, maupun kontra – terutama pada *gay* yang telah melakukan *coming out*. Di samping itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dimanfaatkan untuk tujuan-tujuan praktis oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan perubahan yang berkaitan dengan masalah-masalah sosial.

#### **E. KAJIAN TEORI**

##### **1. Landasan Teoritis**

###### **a. Teori Interaksionisme Simbolik (George Herbert Mead)**

Teori Interaksi Simbolik adalah suatu teori yang memandang aktivitas manusia sebagai suatu aktivitas yang khas berupa komunikasi dengan menggunakan simbol. Perspektif Interaksionisme Simbolik berada di bawah perspektif interpretif (Mulyana, 2006 : 59).

Titik tolak pemikiran Interaksi Simbolik berasumsi bahwa realitas sosial sebagai sebuah interaksi simbolik individu-individu yang ada di dalamnya. Pada hakikatnya tiap manusia sebagai proses dan bukan sesuatu yang bersifat statis. Menurut Mead, tubuh bukanlah diri dan baru menjadi diri ketika pikiran telah berkembang. Sementara di sisi lain bersama refleksivitasnya, diri adalah sesuatu yang mendasar bagi perkembangan pikiran. Tentu saja mustahil memisahkan pikiran dari diri, karena diri adalah proses mental. Namun, meskipun kita bisa saja menganggapnya sebagai proses mental, diri adalah proses sosial. Mekanisme umum perkembangan diri adalah refleksivitas atau kemampuan untuk meletakkan diri kita secara bawah sadar di tempat orang lain serta bertindak sebagaimana mereka bertindak. Akibatnya, orang mampu menelaah dirinya sendiri sebagaimana orang lain menelaahnya.

Dengan menyetarakan diri dengan harapan-harapan orang lain, dimungkinkan terjadi interaksi. Semakin mampu seseorang mengambil alih atau menerjemahkan perasaan-perasaan sosial semakin terbentuk identitas atau kediriannya. Ada tiga premis yang dibangun dalam interaksi simbolik yaitu :

- 1) Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.
- 2) Makna tersebut berasal dari “interaksi sosial seseorang dengan orang lain”.
- 3) Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial berlangsung (Kuswarno, 2009:113).

Bagi Mead, “diri” lebih dari sebuah internalisasi struktur sosial dan budaya. “Diri” juga merupakan proses sosial, sebuah proses di mana para pelajarnya memperlihatkan pada dirinya sendiri hal-hal yang dihadapinya, di dalam situasi di mana ia bertindak dan merencanakan tindakannya itu melalui penafsirannya atas hal-hal tersebut. Dalam hal ini, aktor atau pelaku yang melakukan interaksi sosial dengan dirinya sendiri. Menurut Mead dilakukan dengan cara mengambil peran orang lain dan bertindak berdasarkan peran tersebut, lalu memberikan respon atas tindakan-tindakan itu. Konsep interaksi pribadi (*self interaction*) di mana para pelaku menunjuk diri mereka sendiri berdasarkan pada skema Mead mengenai psikologi sosial. “Diri” di sini bersifat aktif dan kreatif serta tidak ada satu pun variabel-variabel sosial, budaya, maupun psikologis yang dapat memutuskan tindakan-tindakan “diri”.

## **2. Teori Identitas (Michael Hecht)**

Identitas diri adalah susunan gambaran diri seseorang. Identitas didefinisikan sebagai sebuah budaya, sosial, hubungan, dan kesan seseorang mengenai konsep diri (Littlejohn & Foss, 2008 : 130). Teori Komunikasi tentang Identitas yang dikemukakan oleh Michael Hecht terdiri dari tiga konteks budaya, yakni : individu, komunal, dan publik. Teori identitas merupakan penghubung utama antara individu dan masyarakat serta komunikasi merupakan mata rantai yang memperbolehkan hubungan ini terjadi. Identitas seseorang adalah ”kode” yang mendefinisikan keanggotaan seseorang dalam komunitas yang beragam – kode yang terdiri dari simbol-simbol, seperti bentuk pakaian dan kepemilikan; kata-kata, seperti deskripsi diri atau benda yang biasanya dikatakan seseorang; dan makna yang seseorang dan orang lain hubungkan terhadap benda-benda tersebut (Littlejohn & Foss, 2008 : 131).

Hecht dalam bukunya “*The Communication Theory of Identity : Development, Theoretical, Perspective, and Future Directions*”, memperkenalkan empat dimensi, yakni : 1. Perasaan (dimensi afektif); 2. Pemikiran (dimensi kognitif); 3. Tindakan (dimensi perilaku); dan 4. Transenden (dimensi spiritual). Identitas adalah sumber dari motivasi dan ekspektasi dalam kehidupan serta memiliki kekuatan yang tetap. Hal ini berarti bahwa identitas, sesudah dibuat, tidak pernah berubah. Malahan, ketika ada substansi dari identitas yang stabil, identitas tak pernah diperbaiki, tetapi selalu berkembang (Gudykunst, 2005 : 257-258).

### 3. Teori Presentasi Diri (Erving Goffman)

Presentasi diri (*self presentation*) adalah upaya yang dilakukan seseorang untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku. Untuk memperoleh presentasi diri yang baik, orang mencoba mengelola impresi diri (*impression management*). Impresi yang pertama kali dibuat di hadapan orang lain akan menentukan bagaimana hubungan orang lain dengan diri seseorang. Disadari atau tidak, setiap orang selalu berusaha untuk melakukan presentasi diri di hadapan orang lain, terutama di hadapan orang yang baru dikenal untuk menciptakan kesan khusus pada orang lain.

Setiap orang mempunyai cara berbeda dalam mempresentasikan diri mereka, tergantung pada *self monitoring* seseorang, yaitu kecenderungan mengatur perilaku untuk menyesuaikan dengan tuntutan-tuntutan situasi sosial (Snyder, 1987 : 54). Menurut Brehm & Kassin (1993 : 367), *self monitoring* adalah kecenderungan untuk merubah perilaku dalam merespon terhadap presentasi diri yang dipusatkan pada situasi. Atau menurut Worchel, dkk. (2000 : 199), *self monitoring* adalah menyesuaikan perilaku terhadap norma-norma situasional dan harapan-harapan dari orang lain. Begitu juga dengan *gay* anggota komunitas Arus Pelangi Jakarta, tentunya mereka juga melakukan presentasi diri, agar stigma negatif masyarakat tidak ditujukan kepada mereka, terutama di lingkungan tempat tinggal mereka. Dalam penelitian ini, ada enam orang informan yang belum *coming out* secara utuh. Mereka baru terbuka di keluarga dan komunitas saja, sementara di lingkungan masyarakat mereka belum berterus-terang sebagai *gay*. Sehingga presentasi diri mereka di masyarakatpun diupayakan tampil sebagai laki-laki hetero yang *straight*, agar ke-*gay*-an mereka tak diketahui oleh masyarakat. Goffman mengambil pengandaian kehidupan individu sebagai panggung sandiwara, lengkap dengan setting panggung dan akting yang dilakukan individu sebagai aktor kehidupan. Hal ini terjadi pada setiap kehidupan manusia, yang selalu memainkan peran dalam aktivitas sehari-hari, termasuk juga dalam kehidupan anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta.

Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* menekankan bahwa inti pemikiran Goffman adalah “diri” (*self*). Goffman (Mulyana, 2001 : 106) mengemukakan bahwa dalam dunia performa, dibedakan dua panggung yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan merupakan bagian performa individu yang berfungsi dalam aturan umum dan tetap untuk dapat didefinisikan oleh orang yang melihat. Audiens dapat melihat semua yang ditampilkan di panggung depan. Adapun saat di panggung belakang, audiens tidak dapat melihat semua penampilan aktor. Dalam penelitian ini, panggung depan anggota komunitas *gay* Arus Pelangi yang belum sepenuhnya *coming out* dapat menampilkan sebagai laki-laki hetero (*straight*) di hadapan masyarakat. Sedangkan di panggung belakang, ia dapat menampilkan dirinya sebagai *gay* di keluarga maupun di komunitas Arus Pelangi Jakarta.

Presentasi diri (*self presentation*) mengacu kepada keinginan untuk menunjukkan *image* seseorang yang diinginkan. Ketika seseorang melakukan presentasi diri, tentu ada tujuan yang ingin dimiliki. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan strategi presentasi diri, yaitu : 1) Mengambil muka/menjilat (*ingratiation*). 2) Mengancam atau menakut-nakuti (*intimidation*). 3) Promosi diri (*self promotion*). 4) Pemberian

contoh/teladan (*exemplification*). 5) Permohonan (*supplification*). 6) Hambatan diri (*self handicapping*). 7) *Aligning action* (penyangkalan) 8) *Altercasting* (mengubah peran). 9) *Audience pleasing* (menyenangkan penonton). 10) *Self construction* (konstruksi diri).<sup>4</sup>

## F. LANDASAN KONSEPTUAL

### 1. Aktivitas Komunikasi

Untuk mendeskripsikan dan menganalisis aktivitas komunikasi yang terjadi di dalam kelompok/komunitas, maka akan dikaji 3 (tiga) unit analisis, yaitu : Situasi Komunikasi, Peristiwa Komunikasi, dan Tindak Komunikasi.

### 2. Situasi Komunikasi

Situasi Komunikasi merupakan konteks terjadinya komunikasi. Situasi bisa tetap sama walaupun lokasi dan waktunya berubah. Situasi yang sama dapat mempertahankan konsistensi pada aktivitas yang terjadi meskipun terdapat perbedaan jenis interaksi yang dilakukan, misalnya : kegiatan tatap muka atau melalui saluran komunikasi (media), baik dilakukan secara formal maupun informal, dalam kegiatan rutin atau insidental.

### 3. Peristiwa Komunikasi

Unit-unit komunikasi yang menunjang terjadinya satu peristiwa komunikasi merupakan komponen komunikasi ditinjau dari etnografi komunikasi. Komponen komunikasi menurut perspektif etnografi komunikasi, meliputi :

- a. *Genre* atau tipe peristiwa komunikatif, misalnya lelucon, salam, pengenalan, dongeng, gosip, dan sebagainya.
- b. Topik peristiwa komunikatif.
- c. Tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan juga fungsi dan tujuan partisipan secara individual.
- d. *Setting* termasuk lokasi, waktu, musim, dan aspek fisik situasi yang lain (misalnya besarnya ruangan tata letak perabotan, dan sebagainya).
- e. Partisipan, termasuk usianya, jenis kelamin, etnik, status sosial, atau kategori lain yang relevan, dan hubungannya satu sama lain.
- f. Bentuk pesan, termasuk saluran verbal non vokal, non verbal dan hakikat kode yang digunakan, misalnya bahasa mana dan varietas yang mana.
- g. Isi pesan, mencakup apa yang dikomunikasikan, termasuk level konotatif dan referensi denotatif.
- h. Urutan tindakan, atau urutan tindak komunikatif atau tindak tutur termasuk alih giliran atau fenomena percakapan.
- i. Kaidah interaksi
- j. Norma-norma interpretasi, termasuk pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan, nilai, dan norma yang dianut, tabu-tabu yang harus dihindari, dan sebagainya (Kuswarno, 2008:42-43).

Komponen komunikasi di atas mendapat tempat paling penting dalam etnografi komunikasi. Melalui komponen komunikasi sebuah peristiwa komunikasi dapat diidentifikasi, sehingga pada akhirnya melalui etnografi komunikasi dapat ditemukan pola komunikasi sebagai hasil hubungan antar komponen komunikasi tersebut.

---

<sup>4</sup><http://psikologi-online.com> diunduh pada 15 Februari 2016.

## G. TINDAK KOMUNIKASI

Tindak komunikasi umumnya bersifat koterminus (*coterminous*) dengan fungsi interaksi tunggal seperti pernyataan referensial, permohonan, atau perintah, dan bisa bersifat verbal atau non verbal. Perilaku sama bisa berupa tindak komunikatif atau tindak dalam masyarakat tutur yang berbeda (Ibrahim, 2008:209).

Aktivitas komunikasi menurut etnografi komunikasi tidak bergantung pada adanya pesan, komunikator, komunikan, media, dan efek. Aktivitas komunikasi adalah aktivitas yang kompleks, yang di dalamnya terdapat peristiwa-peristiwa khas komunikasi yang melibatkan tindak-tindak komunikasi tertentu dan dalam konteks tertentu pula. Sehingga proses komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah peristiwa-peristiwa yang khas dan berulang.

### 1. Pola Komunikasi

Pemolaan terjadi pada suatu tingkat komunikasi yaitu masyarakat, kelompok, dan individu. Pada tingkat masyarakat, komunikasi biasanya berpola dalam bentuk-bentuk fungsi, kategori, ujaran, sikap, dan konsepsi tentang bahasa dari penutur. Memahami pola-pola komunikasi yang hidup dalam suatu masyarakat ataupun komunitas yang memiliki kaidah yang sama untuk berkomunikasi, akan memberikan gambaran umum dari perilaku komunikasi masyarakat tersebut (Troike, 1991 : 14). Terbentuknya pola komunikasi tak terlepas dari aktivitas komunikasi yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang, terkait dengan situasi, peristiwa dan tindak komunikasi. Dari ketiga aspek tersebut maka situasi, pelaku, maksud dan tujuan, cara penyampaian, penggunaan bahasa dan norma yang mengaturnya akan membangun pola komunikasi.

Pola komunikasi yang dibahas dalam penelitian ini antara lain terkait dengan kompetensi komunikasi, meliputi ritual komunikasi antar *gay*, ritual dan peran seksual dengan pasangan *gay*, simbol yang digunakan dalam komunitas *gay*, penggunaan media sosial dan media komunitas sebagai sumber informasi oleh anggota komunitas *gay*.

### 2. Identitas Diri

Identitas didefinisikan sebagai sebuah budaya, sosial, hubungan, dan kesan seseorang mengenai konsep diri (Littlejohn & Foss, 2008 : 130). Hecht dalam bukunya "*The Communication Theory of Identity : Development, Theoretical, Perspective, and Future Directions*", memperkenalkan empat dimensi, yakni : 1. Perasaan (dimensi afektif); 2. Pemikiran (dimensi kognitif); 3. Tindakan (dimensi perilaku); dan 4. Transenden (dimensi spiritual). Identitas adalah sumber dari motivasi dan ekspektasi dalam kehidupan serta memiliki kekuatan yang tetap, meski identitas selalu berkembang. Hal ini berarti bahwa identitas, sesudah dibuat, tidak pernah berubah. Malahan, ketika ada substansi dari identitas yang stabil, identitas tak pernah diperbaiki, tetapi selalu berkembang (Gudykunst, 2005 : 257-258). Hecht (dalam Littlejohn, 2009 : 131 -132) menguraikan identitas dengan lebih rinci.

Menurutnya, identitas bukan hanya terdiri dari dua dimensi tersebut, namun kedua dimensi itu juga berinteraksi dalam empat lapisan, yakni : Pertama, *personal layer*.

Kedua, *enactment layer* atau pengetahuan orang lain tentang diri kita berdasarkan apa yang kita lakukan, apa yang kita miliki dan bagaimana kita bersikap tentang sesuatu. Ketiga, *relational* atau siapa diri kita dalam kaitannya dengan orang lain. Identitas dibentuk oleh interaksi kita dengan orang-orang di sekitar kita. Keempat, *communal*, yang diikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar.

### 3. Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga dan kerabat, yang disebut sebagai *significant others* (Mulyana, 2007 : 8).

Menurut William D. Brooks (dalam Rakhmat, 2011:104) bahwa dalam menilai dirinya, seseorang ada yang menilai positif karena memiliki konsep diri yang juga positif, dan ada pula yang negatif akibat dari konsep dirinya yang negatif.

### 4. Gay Coming Out

Foucault (1997:53) mengatakan bahwa *gay* muncul sebagai salah satu bentuk seksualitas ketika dialihkan dari praktek sodomi menjadi semacam androgini (percampuran dari ciri-ciri maskulin dan feminin) batin (Foucault, 2007 : 65). *Gay* sering juga disebut sebagai MSM (*Men who have Sex with Men*) atau LSL (Lelaki Suka Lelaki), artinya laki-laki yang melakukan aktivitas seksual dengan lelaki lainnya tanpa memandang identitas seksual dirinya di masyarakat atau orientasi seksual yang dimilikinya (Sinyo, 2014 : 7).

Istilah *coming out* mengacu bagaimana seorang *gay* membuka diri atas orientasi seksualnya. Pengertian dari pengungkapan diri itu sendiri dijelaskan sebagai satu bentuk terpenting dari komunikasi interpersonal di mana kita dapat melibatkan pembicaraan tentang diri kita sendiri, atau membuka diri. Dengan demikian, *Gay Coming Out* adalah *gay* yang telah mengungkapkan jati dirinya serta membuka diri baik itu pikiran, perasaan dan perilaku yang diceritakan secara sadar dan terbuka kepada orang lain.

Seorang *gay* yang akan melakukan *coming out* biasanya melalui proses *coming in* terlebih dahulu, yakni proses penerimaan diri bahwa dirinya memiliki orientasi seksual yang menyukai sesama jenis. Seorang mahasiswa di sebuah universitas di Singapura berani melakukan pengungkapan diri (*coming out*) di hadapan teman-teman kuliahnya dengan cara berdiri di depan forum (Yulius, 2015).

### 5. Simbol

Simbol berasal dari bahasa Latin *symbolicum* (semula dari bahasa Yunani *symbolon* berarti tanda untuk mengartikan sesuatu). Sebuah simbol adalah 'sesuatu' yang terdiri atas 'sesuatu yang lain'. Bahasa verbal dan non verbal dalam sistem sosial, sebagai sarana berbagi pengalaman di antara anggota sistem sosial, merupakan aspek strategis, seperti yang diungkapkan Porter, Samovar, dan Cain (1985 : 134). Sistem kode nonverbal sering digolongkan menurut jenis aktivitas yang digunakan dalam kode Burgoon (dalam Littlejohn, 2011 : 159) mengusulkan tujuh jenis kode nonverbal yaitu: *Kinetics* (aktivitas atau bahasa tubuh), *Paralanguage* (parabahasa atau vokalika,

Penampilan fisik, *Haptics* (sentuhan), *Proxemic* (ruang), *Chronemic* (waktu), *Artefak* (objek kebendaan).

## 6. Media Sosial dan Media Komunitas

Media Sosial adalah salah satu bagian dari new media (media baru) yang saat ini populer. Media baru dapat diartikan sebagai sebuah bentuk komunikasi yang mempertemukan computer digital yang dimediasikan dengan teknologi (Creeber & Martin, 2009 : 2).

Media Komunitas merupakan institusi media yang relatif kecil atau terbatas pada komunitas tertentu yang pada umumnya memiliki hubungan langsung dan intensif. Sebagai sebuah institusi media komunitas bukanlah institusi bisnis akan tetapi dimiliki oleh organisasi kolektif atau komunitas yang bersangkutan (Sudibyo, 2004 : 224-225). Menurut Eni Maryani, pengelolaan media komunitas tidak bersifat komersial atau tidak menggantungkan kelangsungan hidupnya kepada iklan (Maryani, 2011 : 62-63).

Komunitas Arus Pelangi memiliki media komunitas *OutZine* sebagai sarana komunikasi untuk menolak segala bentuk kekerasan serta diskriminasi yang dilakukan terhadap kelompok LGBT, karena pilihan orientasi seksualnya.

## 7. Stigma, *Bullying* & Diskriminasi

Anggota komunitas *gay* kerap mendapat stigma negatif sebagai manusia yang abnormal karena dianggap menyalahi kodrat. *Gay* juga mendapat stigma sebagai pendosa karena tidak sesuai dengan ajaran agama yang tertuang dalam kitab suci. Stigma ini terkait erat dengan norma dan nilai-nilai yang dianut masyarakat, yang kemudian berlanjut menjadi perlakuan diskriminatif, sehingga kaum *gay* tak mendapat perlakuan dan hak yang sama seperti warga negara pada umumnya. Perlakuan diskriminatif bisa menjadi pemicu terjadinya *bullying* dan kekerasan. Hal tersebut pada akhirnya akan memicu konflik yang terjadi antara kaum *gay* dengan masyarakat. Konflik adalah hubungan antara dua pihak atau lebih (individu atau kelompok) yang memiliki, atau yang merasa memiliki, sasaran-sasaran yang tidak sejalan (Fisher, 2000 : 4).

*Gay* yang telah melakukan *coming out* atau membuka orientasi seksualnya rawan terhadap konflik, karena masyarakat belum bisa menerima sepenuhnya keberadaan kaum ini. Berbeda kondisinya ketika mereka berada di komunitasnya yang menerima apa adanya. Konflik bisa timbul di dalam keluarga (internal), maupun di lingkungan masyarakat dan negara (eksternal), yang bisa saja berujung pada kekerasan. Berdasarkan data yang dikeluarkan UNESCO, *gayphobic bullying* adalah *bullying* yang berada dalam posisi kedua terbesar di seluruh dunia. *Gayphobic bullying* bisa dalam bentuk sikap-sikap yang negatif, atas dasar keyakinan, dan berbagai perilaku yang diberikan terhadap individu-individu non-heteroseksual yang diidentifikasi melalui ekspresi gender yang berbeda dengan hetero.

## H. METODOLOGI

### 1. Paradigma Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma interpretif. Secara ontologis, paradigma ini menyatakan bahwa realitas bersifat sosial sehingga akan menumbuhkan bangunan teori

atas realitas majemuk dari masyarakatnya (Salim, 2006 : 62). Lebih lanjut dikatakan bahwa pendekatan interpretif cenderung menciptakan pola-pola teori, jaringan atau hubungan timbal balik sebagai hipotesis kerja bersifat sementara, lokal, dan spesifik. Secara epistemologi, paradigma interpretif memperlihatkan adanya hubungan (interaksi) antara peneliti dan obyek penelitiannya. Oleh karena bersifat subyektif, peneliti berusaha memahami fenomena yang ada dengan melihat gejala hubungan yang muncul antara peneliti dengan obyek penelitiannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan subyektif yang berusaha mengungkapkan suatu masalah, keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya, untuk menjelaskan gejala dan fenomena secara akurat. Peneliti ingin mengeksplorasi bagaimana cara-cara orang berkomunikasi, pola komunikasi komunitas *gay* dengan sesama anggota dan dengan lingkungan masyarakat. Menurut pandangan subyektif bahwa individu sangat berperan dalam proses pembentukan realitas sosial. Lebih jauh dikatakan bahwa individu-individu dapat bekerjasama untuk menciptakan realitas bersama, namun realitas tersebut masih merupakan suatu konstruksi subyektif yang dapat lenyap pada saat anggota-anggotanya tidak menerimanya (Pace & Faules, 1998 : 6)

## **2. Metode Penelitian Etnografi Komunikasi**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan pendekatan etnografi komunikasi. Lindolf (1995 : 27) menyebut sebagai paradigma interpretif untuk merujuk pada penelitian kualitatif yang menggunakan tradisi etnografi komunikasi, fenomenologi, etnometodologi, interaksi simbolik, dan studi kultural. Menurut Bogdan dan Taylor (Moleong, 2004 : 4), penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Alasan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena permasalahan yang akan dibahas tidak berkenaan dengan angka-angka tetapi mendeskripsikan secara jelas dan terperinci serta memperoleh data yang mendalam dari fokus penelitian. Penelitian kualitatif selalu berusaha mengungkap suatu masalah, keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya. Hasil penelitian diarahkan dan ditekankan pada upaya memberi gambaran seobyektif dan sedetail mungkin tentang keadaan yang sebenarnya.

Etnografi merupakan penelitian yang mendeskripsikan dan mengkaji suatu kebudayaan yang menjadi karakteristik suatu kelompok yang diteliti. Inti Etnografi adalah upaya untuk memperhatikan makna-makna tindakan dan kejadian pada sebuah kelompok budaya tertentu (Spradley, 2007 : 5).

Seville-Troike (dalam Engkus Kuswarno, 2011 : 15) menyatakan bahwa fokus kajian Etnografi Komunikasi adalah masyarakat tutur (*speech community*), yang di dalamnya mencakup : a) Cara-cara bagaimana komunikasi itu dipola dan diorganisasikan sebagai sebuah sistem dari peristiwa komunikasi; b) Cara-cara bagaimana pola komunikasi itu hidup dalam interaksi dengan komponen sistem kebudayaan yang lain.

Dalam *Journal of Education and Practice*, Ray Manas dalam karyanya yang berjudul *A study on Ethnography of communication: A discourse analysis with Hymes 'speking model'* membahas tentang Hymes 'The Speaking Model'. Pembahasan Ray

Manas (2011:35) tentang ‘*The Speaking Model*’ Dell Hymes, studi etnografi komunikasi mencakup aspek-aspek :

- *S - Setting dan Scene*: menggambarkan waktu dan tempat tutur berlangsung, serta situasi tempat dan situasi lingkungan secara psikologis.
- *P - Participant* : peserta atau pihak-pihak yang terlibat dalam pembicaraan termasuk komunikator dan komunikan
- *E - Ends* : merujuk pada maksud dan tujuan pembicaraan berikut hasil dari pembicaraan tersebut
- *A - Act Sequences* : urutan peristiwa selama percakapan berlangsung
- *K - Keys* : keseluruhan nada atau cara berbicara
- *I - Instruments* : bentuk bahasa, symbol, istilah ujaran yang digunakan ketika komunikasi berlangsung.
- *N - Norms* : penerimaan dari lawan bicara dalam peristiwa komunikasi. *G - Genre* : jenis percakapan ketika percakapan berlangsung (dialek, aksen, jargon/istilah, argot).

## I. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

### 1. Wawancara mendalam (*Indepth Interview*)

Menurut Engkus Kuswarno, wawancara mendalam adalah wawancara yang tidak memiliki alternatif respon yang ditentukan sebelumnya atau lebih dikenal dengan wawancara tidak berstruktur. Jenis wawancara ini mendorong subyek penelitian untuk mendefinisikan dirinya sendiri dan lingkungannya, untuk menggunakan istilah-istilah mereka sendiri mengenai obyek penelitian (Kuswarno, 2008 : 54). Wawancara etnografis tidak bersifat kaku dan memiliki tujuan yang eksplisit (Salim, 2006 : 136).

Terkait dengan kerahasiaan dan melindungi privasi informan, terdapat rambu yang memonitor proses penelitian, yakni etika penelitian. Salah satu prinsip etika penelitian yang harus diperhatikan peneliti, antara lain menghormati **privasi dan kerahasiaan subjek penelitian** (*respect for privacy and confidentiality*). Penelitian adalah upaya menggali informasi, seluk beluk peristiwa atau membangun opini terhadap sebuah situasi atau kejadian. Dalam konteks sosial, data berkaitan dengan seseorang, lembaga atau organisasi yang melekat dengan data yang digali. Penelitian ilmiah sewajarnya dan seharusnya menyembunyikan identitas demi rasa hormat. Teks, gambar, bahkan ornamen yang menunjukkan sebuah identitas, sudah selayaknya disembunyikan” (Bajari, 2015). Oleh karena itu peneliti wajib menjaga kerahasiaan informan dengan menyembunyikan nama asli dan identitas para informan.

### 2. Observasi (*Observation*)

Patricia Adler dan Peter Adler menyebut dua prinsip pokok yang mencirikan teknik observasi dalam tradisi kualitatif. Pertama, observer kualitatif tidak boleh mencampuri urusan subyek penelitian. Kedua, observer kualitatif harus menjaga sisi alamiah dari subyek penelitian (Denzin & Lincoln, 2009 : 496)

Pada saat proses pengumpulan data, peneliti bebas hadir dalam setiap kegiatan baik rutin maupun event insidental yang diselenggarakan oleh Arus Pelangi. Untuk menjalin kedekatan dan menanamkan kepercayaan informan pada peneliti, peneliti bersikap

*egaliter* dan menciptakan suasana kondusif dengan para informan. Ada beberapa teknik yang digunakan dalam observasi, sebagai berikut :

- a. Teknik mencuri dengar (*eavesdropping*), yaitu teknik mendengarkan apapun yang bisa didengar tanpa harus meminta subyek penelitian untuk membicarakannya.
- b. Teknik melacak (*tracer*), yaitu mengikuti subyek penelitian terkait dengan berbagai aktivitas yang dilakukannya dalam periode waktu tertentu.
- c. *Senitizing concept*, yakni kepekan diri yang ada dari peneliti, dengan berusaha keras untuk dapat memasuki obyek penelitian dengan mengarahkan pengamatan kepada semua hal yang ditemukan di lapangan, misalnya salah satunya dengan bersikap *egaliter* dan berfikir '*out of the box*'.

### **3. Focus Group Discussion (FGD)**

Menurut Burhan Bungin, Focus Group Discussion (FGD) adalah sebuah teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif untuk memperoleh data suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu permasalahan tertentu. Teknik ini digunakan untuk menghindari pemaknaan yang salah dari seorang peneliti karena dorongan subyektivitas peneliti (Bungin, 2003 : 178). Tidak ada jawaban benar atau salah dari peserta, karena bebas menjawab, berkomentar, atau berpendapat (positif atau negatif) asal sesuai dengan permasalahan diskusi (Kriyantono, 2010 : 120)

### **4. Telaah Dokumen**

Dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2000 : 161). Menurut Scatman dan Strauss, dokumen historis merupakan bahan penting dalam penelitian kualitatif. Sebagai bagian dari metode lapangan (*field method*), peneliti dapat menelaah dokumen historis dan sumber-sumber sekunder lainnya (Mulyana, 2009 : 196).

## **J. TEKNIK ANALISIS DATA**

Teknik analisis data dalam penelitian ini disusun dengan mengadopsi teknik analisis data kualitatif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yaitu analisis model interaktif (*interactive model of analysis*). Sejalan dengan yang dikemukakan Bogdan tersebut di atas, Miles & Huberman (dalam Denzin & Lincoln, 2011 : 592) mengatakan bahwa model interaktif ini berfokus pada tiga komponen, yakni : reduksi data penyajian data, menarik kesimpulan/verifikasi yang melibatkan proses interpretasi peneliti melalui proses negosiasi/konsensus antar subyek serta berdiskusi dengan sejawat.

## **K. TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA (VALIDASI DATA)**

Menetapkan keabsahan data (*trustworthiness*) diperlukan teknik pemeriksaan (Moleong, 2004:121). Pemeriksaan atau uji terhadap keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan menggunakan empat kriteria, yakni : derajat keterpercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferabilitas*), ketergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Untuk menunjang kredibilitas, peneliti akan berusaha mempelajari situasi sosial dan budaya di lingkungan informan. Hal yang dilakukan peneliti, yaitu : 1) Membicarakan

dengan orang lain (*peer debriefing*). 2) Triangulasi, melalui tiga cara, yakni : Triangulasi Sumber, Triangulasi Teknik, Triangulasi Waktu. 3) *Member check* (Sugiyono, 2005:274).

#### L. SUBYEK PENELITIAN

Memperoleh akses untuk bertemu dan mewawancarai *gay* yang menjadi anggota komunitas Arus Pelangi bukanlah hal mudah, karena peneliti jarang memiliki kedekatan dengan mereka. Di samping itu, peneliti menggunakan hijab sehingga peneliti sendiri awalnya ragu apakah subyek penelitian dapat menerima dan bersedia menjadi informan peneliti. Tahap awal peneliti mencari informasi melalui dunia maya dengan cara menelusuri media sosial milik LSM Arus Pelangi.

Kemudahan yang peneliti peroleh untuk lebih intens masuk ke komunitas Arus Pelangi saat salah seorang mantan wartawan di Surabaya mengenalkan peneliti dengan seorang tokoh *gay* yang banyak menulis buku tentang LGBT yang berkiprah di kancah nasional maupun internasional, yang akhirnya menjadi *key informan* dalam penelitian ini. Perkenalan peneliti dengan Dr. Dede Oetomo sebagai tokoh *gay* nasional dan internasional yang dihormati dan disegani, menjadi ‘karpet merah’ peneliti dalam melakukan penelusuran secara lebih mendalam dan intens. Peneliti terbang ke Surabaya untuk menemui pendiri GAYa Nusantara Surabaya sesuai waktu yang telah disepakati bersama. Hujan deras menuju kediaman dosen FISIP UNAIR ini yang terletak di Perumahan Citraland Surabaya tidak menyurutkan semangat peneliti untuk menggali informasi.

Penentuan *key informan* dan *informan* dilakukan dengan teknik purposif, yaitu 16 anggota *gay* Komunitas Arus Pelangi Jakarta yang telah *coming out* (15 Full CO, 1 not Full CO). Peneliti juga mewawancarai pengurus dan *Co-Founder* Arus Pelangi sebagai *key informan* yang terlibat langsung dalam pergerakan LGBT di Indonesia. Untuk memperoleh kemudahan dalam melakukan penelitian terhadap anggota komunitas *gay coming out* Arus Pelangi Jakarta, peneliti membangun *rapport* dengan melakukan pendekatan personal, dengan cara bersikap *egaliter* serta berperilaku santun dan ramah, terutama saat meminta beberapa anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta sebagai *informan*.

#### M. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Telaah aktivitas komunikasi menurut etnografi komunikasi adalah aktivitas yang khas dan kompleks, melibatkan peristiwa khas komunikasi yang menyebabkan tindak komunikasi tertentu pula. Sehingga proses komunikasi dalam etnografi komunikasi, adalah peristiwa-peristiwa yang khas dan berulang. Adapun aktivitas-aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Arus Pelangi, yaitu :1) Rumah Belajar Pelangi (#RBP); 2) *Bullying Campaign*(#spiritday); 3) *Gay on The Street*/Aksi Payung Kamis ( #sadar melawan); 4) *IDA HOT (International Day Against Homophobia and Transphobia)*; 5) *Rainbow Gathering*; 6) *Pelangi Open House*; dan 7) Klinik Hukum Arus Pelangi.

Peristiwa komunikasi yang dialami akan menghasilkan pola komunikasi yang didukung oleh kompetensi komunikasi yang mengabstraksi hubungan dalam berbagai bentuk. Bentuk komunikasi bisa hanya pertemanan, kemudian berkembang menjadi persahabatan, hingga meningkat menjadi hubungan percintaan dan menjadi pasangan kekasih. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh tingginya intensitas komunikasi yang mereka lakukan. Walaupun ada beberapa anggota komunitas *gay* yang tak meningkatkan status menjadi lebih dari sekedar

pertemanan atau persahabatan saja. Teman sehati lebih dibutuhkan untuk saling menguatkan untuk bersama-sama menghadapi stigma negatif, *bullying*, dan diskriminasi yang diberikan oleh masyarakat.

Komunitas *gay* memiliki cara tersendiri saat mencari pasangan yang disebut dengan istilah *gay-dar*, sebuah insting ketika menemukan seseorang yang juga *gay*. Selain bergabung dalam komunitas khusus yang memang menampung para kaum *gay*, namun beberapa yang masih *discreet* (belum mendeklarasikan dirinya sebagai *gay* di kalangan public), cenderung memilih mencari teman di jejaring sosial. Aplikasi khusus *gay* ditujukan pada kaum *gay* yang ingin mencari teman sesama *gay* saat berada di area publik, terutama mall. Aplikasi khusus *gay* ini bisa didownload melalui smart-phone, antara lain : ***Grindr, Jack'd, Hornet, Planet Romeo, Moovz, U2nite, BoyAhoy, Scruff, Badoo, Tagged*** dan ***Growlr***. Aplikasi-aplikasi tersebut bertujuan untuk mencari teman atau pasangan sesama *gay* yang belum dikenal namun mempunyai aplikasi yang sama dengannya, otomatis akan terkoneksi dalam radius 50 meter. Sebagian aplikasi lainnya dapat menjangkau beda kota dan negara.

Ritual komunikasi dalam keseharian memiliki intensitas yang tinggi, terbukti setiap hari melakukan komunikasi baik tatap muka maupun melalui media telepon, email, dan media sosial. Konteks komunikasi yang dibahas bisa bersifat formal, semi formal, serta informal. Sedangkan pada peristiwa rutin berjalan sesuai waktu dan jadwal yang ditentukan, misalnya advokasi, edukasi, serta pengorganisasian.

Komunikasi antar anggota komunitas sering dilakukan secara informal di berbagai titik pertemuan. Tempat berkumpul komunitas *gay* atau disebut “*ngeber*” banyak tersebar di seputar Jakarta, sebagai tempat *rendesvouz* kaum *gay* atau dijadikan ajang untuk mencari “*join*” (sebutan pacar sesama jenis). Data tempat *ngeber* yang peneliti telusuri berdasarkan hasil observasi serta wawancara mendalam dengan beberapa *informan*, sebanyak 58 lokasi, meliputi : delapan hotel, 16 mall, tiga perkantoran/building, tiga tempat wisata, empat fitness center, tiga sport center, dua kolam renang, empat bioskop, dua club, tiga taman, dua restaurant & cafe, enam discotheque & pub, dan satu mini market.

Kegiatan yang dilakukan Arus Pelangi bekerjasama dengan lembaga lain dengan melakukan konsolidasi untuk memperjuangkan hak-hak kaum *gay* dengan melaksanakan kegiatan insidental dengan LSM lain, yakni : Komunitas Yayasan Inter Medika, Yayasan Angsa Merah, PLU (People Like Us) Satu Hati Yogyakarta. Sedangkan peristiwa komunikasi APJ dengan masyarakat, dengan mengadakan *special event* berupa *open house* dan *screening film* yang bertujuan agar masyarakat awam mengetahui, memahami apa yang menjadi agenda perjuangan, bahkan jika mungkin masyarakat mendukung semua kegiatan dan upaya perjuangan terhadap stigma negatif, penolakan, dan diskriminasi yang dilakukan masyarakat. Sehingga eksistensi dan keberadaan kaum *gay* dapat diterima dan didukung atau bahkan dipublikasikan oleh anggota masyarakat yang bersimpati dan berempati pada kelompok minoritas ini.

*Coming out* merupakan hal yang penting bagi seorang *gay*, karena dengan melakukan *coming out*, seorang *gay* dapat menerima identitas seksual mereka yang merupakan bagian dari identitas keseluruhan diri mereka. Identitas personal dalam diri seseorang memiliki implikasi yang penting dalam seseorang memahami diri dan juga dapat meningkatkan harga diri mereka. *Gay Coming Out* adalah *gay* yang telah mengungkapkan jati dirinya serta membuka diri baik itu pikiran, perasaan dan perilaku yang diceritakan secara sadar dan

terbuka kepada orang lain. Seorang *gay* yang melakukan *coming out* telah melalui tahap proses *coming in*, yakni menerima diri sendiri sebagai seorang *gay*, yang pada beberapa *gay* awalnya terjadi perang batin dengan dirinya sendiri. Hal ini terjadi karena adanya *gayphobia* pada sebagian besar masyarakat di Indonesia dan dunia.

Peristiwa komunikasi dilakukan melalui tiga peristiwa, yakni : pertama, peristiwa komunikasi di antara anggota komunitas Arus Pelangi Jakarta. Kedua, peristiwa komunikasi antara Arus Pelangi Jakarta dengan Lembaga LGBT lainnya, maupun dengan instansi pemerintah dan lembaga/perusahaan swasta. Ketiga, peristiwa komunikasi Arus Pelangi Jakarta dengan masyarakat. Ritual komunikasi diantara anggota komunitas dibentuk melalui interaksi/komunikasi keseharian baik di sekretariat Arus Pelangi Jakarta maupun *hang out* di mall atau tempat hiburan lainnya, kegiatan rutin, kegiatan insidental, advokasi, dan kampanye.

Berdasarkan analisis Etnografi Komunikasi Dell Hymes, aktivitas yang dilakukan anggota komunitas Arus Pelangi Jakarta, terjadi dalam berbagai peristiwa komunikasi baik situasi resmi (formal), tidak resmi (informal), maupun semi formal. Aktivitas komunikasi dianalisis dari situasi komunikasi, peristiwa komunikasi, dan tindak komunikasi. yang keseluruhannya terjadi di antara anggota komunitas itu sendiri.

Pola komunikasi komunitas yang terbentuk di Komunitas Arus Pelangi Jakarta terjadi karena pola tersebut selalu berulang. Aktivitas komunikasi *gay* menjadi cara kaum *gay* mengatasi *gayphobia* berupa stigma negatif, *bullying*, dan diskriminasi dari masyarakat. Keterbukaan *gaycoming out* pada keluarga, komunitas, dan masyarakat didahului proses *coming in*, yaitu penerimaan dirinya sebagai *gay* yang membentuk identitas diri dan konsep diri. *Gayphobia* merupakan rasa takut masyarakat terhadap kaum *gay*, berbanding terbalik dengan heterophobia yang berupa *bullying* yang dilakukan oleh kaum *gay* dan komunitas terhadap mantan *gay* serta *gay* yang berproses menuju hetero.

Ikatan tali persahabatan di dalam komunitas ini menjadi hal utama terutama saat melakukan kegiatan kampanye '*gay on the street*', *gay gathering*, maupun advokasi pada anggota yang terkena kasus atau mengalami tindak kekerasan. Arus Pelangi menyediakan "Klinik Hukum Arus Pelangi" yang menyediakan layanan pengaduan dan konsultasi hukum untuk kasus-kasus yang dialami *gay*, yang dapat dilakukan melalui media telepon, media sosial, e-mail, serta video call.

Tindak komunikasi bisa dilakukan melalui komunikasi verbal dan non verbal. Pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Simbol-simbol nonverbal lebih sulit ditafsirkan daripada simbol verbal. Bahasa non verbal sebangun dengan bahasa verbalnya. Artinya, pada dasarnya suatu kelompok yang memiliki bahasa verbal khas juga dilengkapi dengan bahasa nonverbal khas yang sejajar dengan bahasa verbal tersebut.

Klasifikasi pesan nonverbal sebagai tindak komunikasi anggota komunitas *gay* Arus Pelangi dalam penelitian ini meliputi; ***Kinesics*** (bahasa tubuh), ***Paralanguage*** (parabahasa atau vokalika), ***Penampilan fisik***, ***Haptics*** (sentuhan), ***Proxemic*** (ruang), ***Chronemic*** (waktu), ***Artefak*** (objek kebendaan). Hasil pengamatan terhadap 16 informan tentang ketujuh aspek ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

## 1. *Kinesics* (bahasa tubuh)

Hasil pengamatan penulis tentang aspek ini yakni semua informan menunjukkan bahasa tubuh yang cenderung berlebihan, walaupun ada beberapa *gay* yang datar saja. Bahasa tubuh dalam komunikasi non verbal berfungsi sebagai pengiring komunikasi verbal yang maknanya sering kali sebangun dengan bahasa verbalnya. Sebagian besar informan, terutama *gay manly*, sangat menjaga ‘*eye contact*’ saat berbicara dengan lawan bicara.

Pada *gay sissy*, peneliti melihat bahasa tubuh yang kurang alami yang awalnya dibuat-buat kemudian menjadi kebiasaan, sehingga terkesan berlebihan. Hal ini dikuatkan pula oleh informan *gay sissy* yang mengakui senang dan ingin diperhatikan orang lain, sehingga tidak mengherankan jika aspek *kinesics* mereka nampak *over acting*. Bahkan ketika tertawa, tangan *gay sissy* selalu menutupi mulutnya seperti yang kerap dilakukan para wanita. Sehingga orang sudah mudah menebak dari *gaya* tersebut. Cara berjalannya juga kadang berlempeng, *gesture* gemulai dan *ngondek*.

Hampir semua informan yang berjumlah 16 informan, hanya satu orang informan yang tidak berkenan difoto. Alasannya merasa *privacy* terganggu khawatir dilihat rekan atau keluarga besarnya jika penelitian ini dipublikasikan, mengingat informan tersebut belum sepenuhnya *coming out*. Sedangkan lima belas informan yang telah *fully coming out* atau mengakui kepada publik jati dirinya sebagai *gay*, tidak merasa malu bergaya di depan kamera, termasuk yang dibidik secara ‘*candid*’. Sebagian besar informan berpesan kepada peneliti agar foto mereka dicetak dalam ukuran besar untuk dilampirkan di penelitian disertasi ini, bahkan ada yang minta agar foto mereka tak hanya satu saja yang dilampirkan. Ada juga beberapa informan yang minta difoto berkali-kali untuk memperoleh ‘*angle*’ yang bagus dan sesuai menurut mereka. Ketika peneliti bertanya kepada mereka alasan mereka tidak keberatan bahkan senang dirinya didokumentasikan untuk dilampirkan di hasil penelitian disertasi ini, para informan tersebut menjelaskan bahwa mereka ingin eksis, diakui keberadaan mereka di masyarakat sebagai *gay*. Selain itu berharap dapat memberi motivasi serta mengedukasi *gay-gay* lain yang belum berani *coming out*.

Terkait dengan kerahasiaan dan melindungi privasi informan dalam penjelasan di atas, terdapat rambu yang memonitor proses penelitian, yakni **etika penelitian**. Sejalan dengan yang diungkapkan Bajari (2015), prinsip anonimitas harus dijaga jika informan yang bersangkutan keberatan jati diri atau foto dirinya dipublikasi. Alasannya adalah karena sebuah penelitian harus menghormati privasi dan melindungi kerahasiaan informan penelitian.

## 2. *Paralanguage* (parabahasa atau vokalika)

Aspek *Paralanguage* (vokalika) yang penulis amati dari informan menunjukkan hal yang tidak jauh beda dengan *kinesics* (bahasa tubuh) informan. Beberapa informan melirihkan suara mereka saat bicara. Peneliti melihat kesan yang dibangun mereka adalah kesan lembut dan manja. Kemudian ada juga beberapa informan yang sangat sopan dalam menjawab pertanyaan peneliti, memberikan kesan hati-hati.

Beberapa informan yang berupaya membangun kesan santun dan terpelajar yang peneliti tangkap dari cara mereka berbicara sangat sistematis, rinci, formal, dan sopan.

Bahkan ditemukan tiga informan yang sangat kental bahasa daerah yaitu, I-9 dengan ‘*medhok*’ Jawanya, I-7 dengan logat Bataknya, serta I-5 yang fasih dan sangat kentara logat Chinesenya.

Peneliti amati juga ada beberapa informan bersuara sangat lantang dan intonasi keras membahana, ditingkahi dengan tawanya yang meledak keras dan terbahak-bahak. Jawaban pertanyaan peneliti disampaikan dengan ceplas-ceplos, apa adanya, dan tanpa beban. Sedangkan *gay sissy*, yakni I-3 dan I-4 menggunakan bahasa binan, sedangkan I-10 yang juga merupakan *gay sissy* hanya sesekali saja menyelipkan bahasa binan dalam percakapannya. Bahasa binan juga kadang terlontar dari ucapan *gay manly* atau *gay* biseksual, namun tidak sesering *gay sissy*, terutama I-3 yang tampaknya sudah terbiasa berbicara dengan bahasa binan.

### 3. Penampilan fisik

Sebagian besar informan yang peneliti amati secara umum berpenampilan *macho*, dengan postur tubuh tegap atletis, wajah *good-looking*, memiliki rahang kuat memberi kesan ‘laki banget’, dengan tatapan yang mata tajam. Selain itu ada juga yang memiliki brewok dan kumis yang berjajar rapi, terkesan misterius dan *cool*. Namun sebagian informan, terutama *gay sissy* berkulit bersih dan terawat, memiliki bibir sensual, dengan sorot mata teduh.

Peneliti mengamati juga ada informan yang mengenakan kemeja dengan lengan bergaya ketat ‘*junkiest*’ menunjukkan keindahan tubuhnya yang terawat dan gagah, sebagai efek dari rajin fitness. Kadang juga menggunakan rompi outer rajut import yang sedang nge-*hits* di kalangan eksekutif muda. Beberapa informan memiliki wajah tampan rupawan yang mendukung penampilan fisik, berhidung mancung serta memiliki mata indah, ditambah dengan senyum ramah dan renyah. Selain berwajah sangat Indonesia, namun ada beberapa informan yang berwajah oriental, bahkan ada informan yang rambutnya di cat pirang seperti bule.

### 4. *Haptics*(sentuhan)

Peneliti mengamati sekaligus merasakan aspek sentuhan para informan hampir semua pada umumnya menunjukkan sikap terbuka dan bersahabat, walaupun ada juga yang berupaya bersikap formal untuk menjaga wibawanya sebagai pengurus Arus Pelangi. Ada juga informan yang tidak menjabat tangan peneliti saat bertemu, namun mengajak ‘*high five*’ atau ‘*tos*’ dengan cara saling menepukkan lima jari tangan antara peneliti dengan informan tersebut.

Namun beberapa dari mereka ada yang berlebihan dalam membangun keakraban tidak hanya dengan peneliti namun juga dengan yang lain. Hal ini terlihat dari beberapa informan secara tiba-tiba memeluk lawan bicara saat mereka bertemu. Tampaknya perilaku tersebut sudah menjadi kebiasaan di antara anggota komunitas Arus Pelangi, karena reaksi mereka juga reaktif dengan memeluk dan mencium pipi antar sesama *gay*. Selama berkumpul dan bersenda gurau I-8 tak segan duduk di pangkuan I-11 sambil saling berpegangan tangan. Hal tersebut dilakukannya di hadapan peneliti dan anggota komunitas *gay* lainnya.

## 5. *Proxemic* (ruang)

Aspek *Proxemic* mengisyaratkan jarak sosial serta tingkat keakraban di antara peserta komunikasi. Peneliti mengamati hampir semua informan memiliki tingkat keakraban yang cukup tinggi, baik dengan sesama anggota komunitas maupun dengan peneliti. Dengan sesama anggota komunitas, mereka tampak akrab tanpa jarak dan tak memandang kelas sosial, ekonomi, maupun tingkat pendidikan. Jika sedang berkumpul di sekretariat Arus Pelangi saat silaturahmi atau ada acara/event yang diselenggarakan Arus Pelangi, peneliti mengamati kedekatan mereka seperti saudara atau kerabat. Sedangkan keakraban dengan peneliti, mereka tunjukkan dari ketidakcanggungan mereka saat duduk bersebelahan atau berhadapan dengan peneliti yang sebenarnya belum lama mereka kenal, apalagi ditambah peneliti mengenakan hijab. Hal tersebut terjadi karena sejak awal peneliti berupaya memperoleh akses dan membangun kedekatan dengan informan.

## 6. *Chronemic* (waktu)

Waktu yang digunakan anggota komunitas *gay* Arus Pelangi hampir seluruhnya cukup intens. Keakraban pertemuan mereka tidak hanya rutinitas saja, tetapi pada acara insidental atau special event. Sedangkan dengan peneliti, waktu yang dipergunakan untuk bertemu dan berbincang juga tak kalah sering.

## 7. *Artefak*(objek kebendaan)

Dalam konteks penelitian ini aspek *artefak* (kebendaan) yang peneliti amati adalah terkait gaya busana atau *fashion* yang dikenakan para informan. Umumnya *fashion* yang dikenakan informan merupakan barang-barang yang tengah tren di kalangan *gay*, kebanyakan bergaya ala *korean style*, antara lain :

### a. **Kaos V-neck dan kemeja *slimfit***

Kaos yang digemari kaum *gay* adalah yang berbahan lembut dan berbentuk V-neck di bagian lehernya. Sedangkan kemeja yang sering dipilih kaum *gay* jika *shopping* adalah kemeja pas badan (*slimfit*) dengan lengan junkies (yang dilipat dan ketat) menunjukkan lengan pepal hasil fitness yang rutin dilakukan kaum *gay*. Dominasi *korean style* sangat terasa dalam penampilan anggota komunitas Arus Pelangi Jakarta. Tetapi beberapa *gay* lainnya terutama *gay manly* berpenampilan sangat biasa layaknya pria *straight/hetero*.

### b. **Jeans Stretch-Skinny dan Celana panjang Pensil**

Celana panjang pensil dan jeans stretch-skinny tengah menjadi tren dan digunakan sebagian besar kaum *gay*, baik itu *gay sissy* maupun *manly* dan biseksual. Disebut celana pensil karena bentuknya yang semakin mengerucut di bagian bawahnya layaknya pensil, sedangkan stretch-skinny karena ketat dan elastis. Namun ada beberapa informan yang memakai celana pendek kebanyakan berwarna putih, serta celana bahan.

### c. Aksesoris

Aksesoris menjadi penunjang penampilan yang memiliki pengaruh cukup berarti bagi pemakainya. Peneliti menemukan beberapa aksesoris yang sering digunakan oleh kaum *gay*, yakni :

- 1) Anting yang digunakan di daun telinga sebelah kanan sebagai simbol bahwa pemakainya adalah *gay*. Namun kini kaum *gay* justru jarang yang menggunakan simbol anting tersebut.
- 2) Dompot *Botega*, Dompot bermerek *BOTEGA* adalah produk yang sedang *ngelits* di kalangan *gay* kelas atas, karena dirancang dan dijual di gallery milik seorang *gay* asal Brazil, Tiago Botega. Harganya mahal, karena termasuk barang import dan terbuat dari kulit berkualitas.
- 3) Tas *totte-bag*, *Totte-bag* adalah tas lebar bertali pendek yang dicangklong di pundak biasanya digunakan wanita dan *gay*. *Gay* *sissy* lah yang paling banyak menggunakan *totte-bag*, hanya sedikit *gay* biseksual dan *gay* *manly* yang memakainya.
- 4) Sepatu lancip. Peneliti mengamati, jika kaum *gay* berpakaian formal dengan menggunakan kemeja, biasanya sepatu yang digunakan cenderung berbentuk lancip pada ujungnya.
- 5) Parfum, sebagian kaum *gay* gemar memakai parfum bahkan kadang penggunaannya berlebihan, walaupun pria metroseksual dan pria *straight* juga menggunakannya. Kaum *gay* yang berasal dari kalangan atas lebih menyukai parfum *branded*.

Ritual seksual di antara komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta merupakan sarana untuk menyatukan emosi dengan partnerinya. Variasi seks yang dilakukan dalam aktivitas seksual dengan pasangan *gay*, biasanya didahului dengan melakukan hubungan seperti bersentuhan tubuh atau melakukan rabaan (*petting*), baik rabaan ringan (*light petting*) maupun rabaan berat (*hard petting*).

Namun ada juga yang sama sekali tak melakukan aktivitas seksual, seperti : *kissing*, *hugging*, *petting*, hingga *intercourse* (*making love*). Pasangan *gay* tersebut hanya melakukan *chatting* dan bepergian bersama dalam melepaskan rasa rindu dengan menghabiskan waktu bersama-sama. Hal itu terjadi karena adanya kontrol diri pada salah satu atau kedua pasangan *gay*. Kontrol diri ini berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya.

Sedangkan peran seksual di antara pasangan *gay* terjadi dengan lima variasi, yakni : *versatile*, *verstasile top*, *verstasile bottom*, *top only*, dan *bottom only*. Gaya *versatile*, *verstasile top*, *verstasile bottom* digemari pasangan *gay* *manly*, sedangkan *top only*, dan *bottom only* sering dilakukan oleh pasangan *gay* *manly* dengan *gay* *sissy*.

Media komunikasi yang digunakan anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta dalam memperoleh informasi tentang dunia *gay* serta *sharing* dengan kaum *gay* di luar komunitas, antara lain media sosial dan media komunitas *OutZine* yang terbit setiap empat bulan sekali.

Identitas diri adalah susunan gambaran diri seseorang, yang menurut Hecht meliputi empat dimensi, yakni : 1. Perasaan (dimensi afektif); 2. Pemikiran (dimensi kognitif); 3. Tindakan (dimensi perilaku); dan 4. Transenden (dimensi spiritual), yang dapat dikategorisasi menjadi 18 identitas diri *gay*, yakni : *Gay Logis*, *Gay Opportunist*, *Gay Selektif*, *Gay Romantis*, *Gay Eksotis*, *Gay Melankolis*, *Gay Setia*, *Gay Asertif*, *Gay Agresif*, *Gay Submisif/Pasif*, *Gay Posesif*, *Gay Humoris*, *Gay Pendiam*, *Gay Pemalu*, *Gay Dominan*, *Gay Religius*, *Gay Komersial*, dan *Gay Idealis*.

Sedangkan konsep diri *gay* yang terbagi menjadi tiga elemen, yakni tataran fisik/penampilan, tataran psikologis, dan tataran sosial. Konsep diri *gay* jika dikolaborasi dengan tiga elemen tersebut dapat dikategorisasi dalam tiga konsep diri *gay*, yakni : optimis-dominan, pesimis-submisif, dan dinamis-influencer. Pengetahuan akan konsep diri seseorang mempengaruhi dalam berperilaku dan berinteraksi dengan orang lain. Jika seseorang melihat dirinya sebagai orang yang optimis yang berasal dari konsep diri positif, maka orang tersebut juga akan merasa optimis dan berperilaku positif dalam menjalani hidup. Sebaliknya, jika seseorang mempunyai konsep diri pesimis, maka yang bersangkutan akan menjadi orang yang juga pesimis yang berasal dari konsep diri negatif. Efeknya seseorang akan hidup sesuai dengan label yang anda lekatkan pada dirinya.

Dari beberapa strategi presentasi diri, strategi yang digunakan oleh para informan yakni anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta meliputi dua strategi, yaitu : promosi diri (*self promotion*) dan penyangkalan (*disclaimer*). Asumsinya adalah : 1) Promosi diri (*self promotion*) yang dilakukan oleh anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta melakukan *coming out* dengan cara melebih-lebihkan identitasnya sebagai *gay*. Mereka bangga dengan identitasnya dengan cara mengumumkan tentang identitas dirinya kepada keluarga, komunitas, serta masyarakat. Kebanggaan diri tersebut mereka tunjukkan dengan presentasi diri yang merefleksikan dirinya sebagai seorang *gay* baik dari komunikasi verbal, komunikasi non verbal, sikap, serta perilaku mereka secara sangat terbuka dan tak ada yang ditutup-tutupi bahkan terkesan melebih-lebihkan. 2) Penyangkalan (*disclaimer*) yang dilakukan anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta adalah berupa ketertutupan atas identitas dirinya sebagai *gay* di lingkungan masyarakat. Mereka belum terbuka seutuhnya (*not fully coming out*). Mereka baru melakukan *coming out* hanya di keluarga dan komunitas saja, bahkan ada beberapa yang hanya di komunitas, sehingga keluarga dan masyarakat tak mengetahui identitasnya sebagai *gay*. Taktik penyangkalan ini dilakukan karena sebenarnya mereka sendiri meragukan sikap dan perilaku mereka karena mereka tahu yang mereka lakukan bertentangan dengan nilai, agama, norma-norma, serta kepatutan yang berlaku di masyarakat. Dengan demikian, mereka berupaya menyembunyikan identitas mereka sebagai *gay* di masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa presentasi diri anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta ada dua sisi, yakni yang satu melebih-lebihkan, sementara yang lainnya menyembunyikan identitasnya sebagai *gay*.

Dalam komunitas *gay* Arus Pelangi ada jurang yang memisahkan *gay* sissy dengan *gay* manly. *Gay* manly cenderung lebih menyukai *gay* manly lainnya, bahkan kerap *gay* manly terkesan bersikap antipati terhadap *gay* sissy karena tak

menyukai kehebohan *gay sissy*. Alasannya karena kecantikan *gay sissy* merusak citra *gay*, karena tak semua *gay* bergaya seperti *gay sissy*.

Dalam percintaan sesama *gay*, *gay sissy* tak mungkin memacari sesama *gay sissy*. *Gay sissy* hanya menyukai *gay manly* atau *gay biseksual*. Sehingga *gay sissy* sering bertepuk sebelah tangan, karena gagal memperoleh perhatian dan cinta *gay manly* yang ditaksir. Padahal *gay sissy* tak mungkin mengharapkan cinta *gay sissy* karena biasanya *gay sissy* tak tertarik atau naksir *gay sissy* lainnya.

Oleh karena itu banyak sekali pasangan *gay manly* berpasangan dengan *gay manly* juga, sedangkan *gay sissy* senantiasa menanti cinta *gay manly* yang diharapkan menjadi pasangan impian *gay sissy*. Hal tersebut juga terjadi pada *gay biseksual* yang lebih banyak membina hubungan dengan sesama *gay biseksual* atau *gay manly*. Hanya sedikit *gay biseksual* yang tertarik pada *gay sissy*. Oleh karena itu, *gay manly* dan *gay biseksual* cenderung memiliki konsep diri positif, dibanding dengan *gay sissy* yang kebanyakan memiliki konsep diri negatif.

Hasil temuan tentang pembentukan identitas *gay* komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta yang menyebabkan seseorang menjadi *gay*, ada tiga konteks : keluarga, trauma psikologis, dan lingkungan pergaulan. Konteks **keluarga**, antara lain : **Pertama**, kehilangan figur ayahkarena perceraian atausang ayah meninggal dunia sejak yang bersangkutan masih kecil, sehingga yang bersangkutan membutuhkan figur seorang laki-laki untuk mengayomi. **Kedua**, pola asuh keluarga yang membiarkannya bermain baju-bajuan kartun, masak-masakan, dan memberikan buku cerita yang mengisahkan *Prince-Princess* namun yang dikagumi justru *Prince* yang bertubuh tegap dan tampan, bukan *Princess*-nya yang cantik. **Ketiga**, ayah atau ibu galak dan suka memukul. Pola asuh dari orangtua dimana ayah/ibu temperamental serta sang ibu ‘*over protective*’. **Keempat**, selalu dibedakan serta dibanding-bandingkan dengan saudaranya yang lain. **Kelima**, mengharapkan anak perempuan yang lahir, bukan anak laki-laki. **Keenam**, memiliki ayah/ibu tiri yang keras dan galak. Konteks **trauma psikologis**, antara lain : **Pertama**, trauma perselingkuhan/dikhianati oleh perempuan yang amat dicintainya sehingga membuatnya patah hati terhadap perempuan, dan kemudian bertemu dengan seorang *gay* yang membuatnya nyaman. **Kedua**, pernah menjadi korban kekerasan seksual (*sexual harrasment*). Konteks **lingkungan pergaulan**, antara lain : **Pertama**, sering di-bully teman saat menempuh pendidikan di SD hingga Perguruan Tinggi, di tempat kerja, bahkan di keluarga/rumah. **Kedua**, menyadari kecenderungan dirinya *gay* lalu mencari informasi dari internet, media massa, atau individu yang mempengaruhi perubahan pola pikir. **Ketiga**, sering bergaul dengan *gay*. **Keempat**, lebih nyaman berkomunikasi dengan laki-laki dibandingkan perempuan.

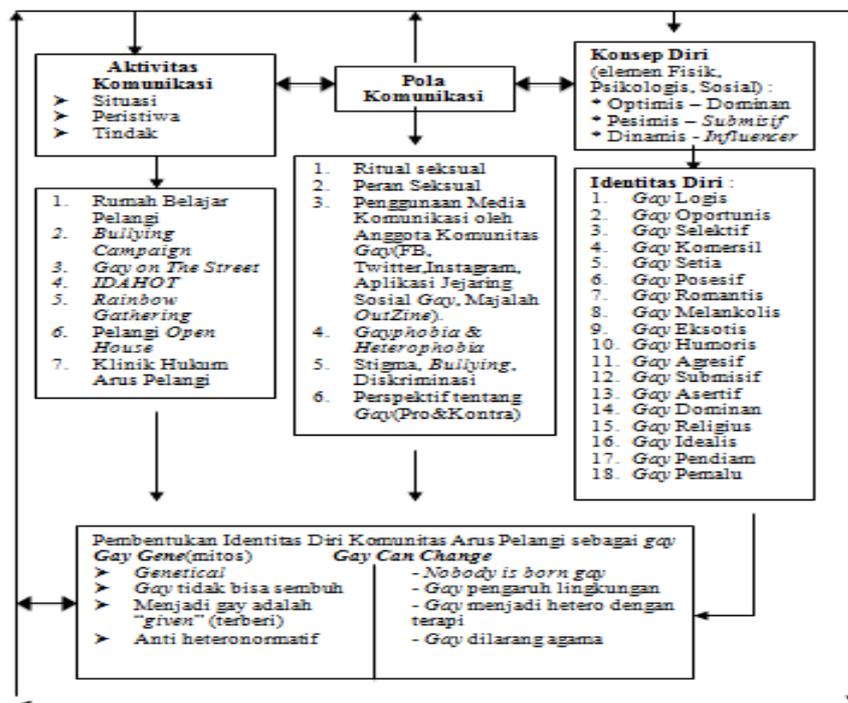
Penolakan masyarakat terhadap eksistensi kaum *gay*, dikategorikan sebagai *gayphobia*. *Gayphobia* yang dilakukan oleh masyarakat terhadap kaum *gay* berupa stigma negatif, kekerasan, dan diskriminasi. Kekerasan yang dialami anggota komunitas Arus Pelangi Jakarta, terdiri dari lima jenis kekerasan, yakni : kekerasan emosional/psikologis/psikis, kekerasan fisik, kekerasan seksual, kekerasan ekonomi, serta kekerasan sosial.

Namun ternyata tak hanya kaum *gay* saja yang mengalami tindak diskriminatif dan kekerasan dari masyarakat, mantan *gay* juga mengalami kekerasan yang dilakukan oleh kaum *gay*. Penolakan kaum *gay* dan komunitas *gay* terhadap mantan *gay* maupun *gay* yang sedang berproses menjadi hetero, merupakan bentuk heterophobia, misalnya mantan *gay* diejek atau dihina. Atau bahkan dibuka jatidiri dan kehidupan masa lalu seorang mantan *gay* di forum publik, padahal yang bersangkutan berniat meninggalkan dan mengubur identitas *gay* mereka yang sebelumnya sebagai *gay*.

Dari ke-16 anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta yang telah melakukan *fully coming out* sebanyak 15 orang *gay*, sementara satu orang *gay* masih berstatus *not fully coming out*, yakni belum membuka dirinya secara utuh sebagai *gay*, karena masih ada yang ditutupi dan dirahasiakan terutama kepada masyarakat. Alasannya karena tuntutan profesi, rasa khawatir atas penolakan masyarakat, serta ingin privasinya dihargai.

Perspektif dua orang *gay* berubah dengan tidak lagi yakin terhadap mitos *gay-gene*, yaitu bahwa *gay* adalah bawaan lahir, terberi (*given*), serta tak akan dapat berubah menjadi hetero. Dua anggota komunitas *gay* berubah keyakinan bahwa mereka percaya bahwa '*nobody is born gay, everyone can change*'. Pembentukan identitas diri dua orang *gay* menjadi berubah karena tidak yakin lagi dengan mitos *gay gene*. Menjadi seorang *gay* itu pilihan, bukan takdir, sehingga seorang *gay* dapat kembali ke fitrah atau menjadi hetero.

Aktivitas Komunikasi Mengabstraksi Pola Komunikasi dan Membentuk Identitas Diri dapat dilihat dalam bagan di bawah ini:



**Gambar 1: Bagan Aktivitas Komunikasi Mengabstraksi Pola Komunikasi dan Membentuk Identitas Diri Anggota Komunitas Gay Arus Pelangi Jakarta**

## N. SIMPULAN, SARAN DAN REKOMENDASI

### 1. Simpulan

Aktivitas komunikasi yang dilakukan komunitas gay Arus Pelangi Jakarta dilakukan dalam setiap situasi, peristiwa, dan tindak komunikasi, sehingga tanpa disadari oleh anggota komunitas, pola komunikasi yang digunakan menjadi suatu kebiasaan yang berlaku dalam setiap aktivitas komunikasi. Peristiwa komunikasi yang dialami akan menghasilkan pola komunikasi yang didukung oleh kompetensi komunikasi yang mengabstraksi hubungan dalam berbagai bentuk, dari pertemanan hingga hubungan yang lebih intim. Peristiwa komunikasi dilakukan melalui tiga peristiwa, yakni : pertama, peristiwa komunikasi di antara anggota komunitas Arus Pelangi Jakarta. Kedua, peristiwa komunikasi antara Arus Pelangi Jakarta dengan Lembaga LGBT lainnya, maupun dengan instansi pemerintah dan lembaga/perusahaan swasta. Ketiga, peristiwa komunikasi Arus Pelangi Jakarta dengan masyarakat. Ritual komunikasi diantara anggota komunitas dibentuk melalui kegiatan rutin, kegiatan insidental, keseharian, advokasi, dan kampanye.

Pola komunikasi komunitas yang terbentuk di Komunitas Arus Pelangi Jakarta terjadi karena pola tersebut selalu berulang. Aktivitas komunikasi gay menjadi cara kaum gay mengatasi *gayphobia* berupa stigma negatif, *bullying*, dan diskriminasi dari masyarakat. Pola komunikasi yang terbentuk, antara lain :

- a. Keterbukaan *gaycoming out* pada keluarga, komunitas, dan masyarakat didahului proses *coming in*, yaitu penerimaan dirinya sebagai gay yang membentuk identitas diri dan konsep diri. *Gayphobia* merupakan
- b. terhadap kaum gay, berbanding terbalik dengan heterophobia yang berupa *bullying* yang dilakukan oleh kaum gay dan komunitas terhadap mantan gay atau gay yang berproses menuju hetero.
- c. Peran teman sehati di dalam komunitas menjadi penting ketika seorang gay mencari jawaban atas orientasi seksualnya, dan menjadi stimulus untuk membuka diri kepada orang lain yang mempunyai kesamaan dengannya dengan berbagi pengalaman, berinteraksi, dan berkomunikasi intensif.
- d. Presentasi diri anggota komunitas gay Arus Pelangi Jakarta pada panggung depan (*front stage*) yang telah sepenuhnya *coming out* akan melakukan taktik promosi diri bahkan melebih-lebihkan. Namun pada gay yang belum sepenuhnya *coming out* akan melakukan *disclaimer* dengan berusaha menyangkal dan menyembunyikan identitas dirinya sebagai gay. Namun pada panggung belakang (*back stage*), anggota komunitas gay Arus Pelangi Jakarta yang telah maupun belum sepenuhnya *coming out*, sama-sama melakukan strategi *self promotion* sebagai teknik presentasi diri mereka dengan cara membuka diri, terutama di komunitasnya.
- e. Ikatan tali persahabatan di dalam komunitas ini menjadi hal utama terutama saat melakukan kegiatan kampanye '*gay on the street*', *gay gathering*, maupun advokasi pada anggota yang terkena kasus atau mengalami tindak kekerasan. Arus Pelangi menyediakan "Klinik Hukum Arus Pelangi" yang menyediakan layanan pengaduan dan konsultasi hukum untuk kasus-kasus yang dialami gay, yang dapat dilakukan melalui media telepon, media sosial, e-mail, serta video call.

- f. Penggunaan media sosial, media komunitas *OutZine*, serta aplikasi jejaring sosial khusus *gay* yang dapat di-*download* melalui *smartphone*, seperti : *Grindr*, *Jack'd*, *Hornet*, *Planet Romeo*, *Moovz*, *U2nite*, *BoyAhoy*, *Badoo*, *Struff*, *Tagged*, dan *Growlr*, sangat menginspirasi anggota komunitas dalam diskusi maupun berbagi pengalaman.
- g. Ritual seksual di antara komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta merupakan sarana untuk menyatukan emosi dengan partnernya. Namun *gay* yang memiliki kontrol diri yang lebih tinggi akan lebih jarang melakukan aktivitas seksual.
- h. Komunitas *gay* mengomunikasikan identitas diri dan konsep diri melalui proses komunikasi dan interaksi dalam keseharian. Hampir seluruh informan akan terus mempertahankan dan memperjuangkan dirinya sebagai *gay*. Namun pembentukan identitas dua orang informan berubah, yang mengakibatkan perspektif dua orang informantersebut berubah dengan tidak lagi yakin terhadap *gay-gene*, yaitu bahwa *gay* adalah bawaan lahir. Mereka percaya bahwa '*no body is born gay, everyone can change*'. Sehingga *mitosgay gene* gugur, dan digantikan oleh '*gay can change*'.

## 2. Saran & Rekomendasi

- a. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menguak lebih dalam tentang kehidupan pribadi para informan *gay* dari komunitas *gay* lainnya yang berbeda lokasi atau berbeda kota, dengan mengaplikasikan studi komparatif antara *gay* yang '*belum coming out*' dengan *gay* yang '*telah coming out*'. Di samping itu juga dapat mengelaborasi teori-teori yang bisa digunakan untuk menggali realitas kaum *gay* lebih dalam, misalnya Teori Konvergensi Simbolik/tema fantasi juga potensial untuk digunakan.
- b. Secara metodologis, penelitian ini dapat dilanjutkan dengan pendekatan kuantitatif atau mix antara kualitatif dan kuantitatif, serta dapat juga ditelaah dengan pendekatan kritis.
- c. Perlunya duduk bersama antara pemerintah, LSM LGBT khususnya *gay*, dan tokoh masyarakat untuk menyikapi permasalahan *gayphobia* pada masyarakat. Realitanya, keluarga sebagai unit terkecil dari masyarakat yang justru sering melakukan kekerasan, *bullying* dan intimidasi hingga tindakan pengusiran pada anggota keluarganya yang memilih menjadi *gay* sebagai orientasi seksualnya. Di sisi lain, para mantan *gay* atau *gay* yang sedang berproses menjadi hetero harus juga dilindungi dari penghinaan dan *bullying* kaum *gay* yang heterophobia.
- d. Untuk dapat menyelesaikan masalah-masalah sosial terkait kaum *gay*, maka harus ditelaah bagaimana pola komunikasi dan aktivitas komunikasi yang kondusif agar tak terjadi benturan antara kaum *gay* dengan masyarakat Indonesia yang sangat kental dengan budaya timur yang permisif namun religius yang sangat patuh pada norma dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat.
- e. Penguatan agama dan hubungan antar anggota keluarga yang humanis, harmonis, serta erat/akrab menjadi solusi agar generasi bangsa tak terperangkap dalam kilau LGBT.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bajari, Atwar. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi : Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Brehm, Sharon S. & Saul M. Kassin. 1993. *Social Psychology*. Boston : Houghton Mifflin Company.
- Bungin, Burhan. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Creeber, G. dan Martin, R. 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*. England: McGraw Hill.
- Denzin, Norman K, and Lincoln, Yvonna S. (Eds). 2011. *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication, Inc.
- Fisher, Simon dkk. 2000. *Working With Conflict : Skills and Strategies for Action*. New York : Zed Book Ltd.
- Foucault, Michael. 1997. *The History of Sexuality*. New York : Vintage Books.
- Gudykunst, William B. 2005. *Theorizing Interpersonal Communication*. Thousand Oaks, CA : Sage Publications.
- Kuswarno, Engkus. 2011. *Etnografi Komunikasi : Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung : Widya Padjadjaran.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Lindlof, Thomas R. 1995. *Qualitative Communication Research Methods*. California : Sage Publication.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss, 2011. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maryani, Eni. 2011. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. 1992. *Qualitative Data Analysis : an Expanded Source Book*. Thousand Oaks CA : Sage Publication Inc.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif :Paradigma Baru ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne & Faules, Don F. 1998. *Organizational Communication*. Englewoods Cliffs, New York : Prentice Hall
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Cetakan ke-27. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Cetakan ke-2. Yogyakarta : Tiara Wacana.
- Sinyo. 2014. *Anakku Bertanya Tentang LGBT*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo Kompas – Gramedia.
- Snyder, Mark. 1987. *Interpersonal Processes : The Interplay of Cognitive, Motivational, and Behavioral Activities in Social Interaction*. New York : Oxford University Press.
- Spradley, James P. 2007. *Metode Etnografi*. Yogyakarta : Tiara Wacana.
- Sudibyo, Agus. 2004. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta : ISAI.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

Troike, Muriel Saville. 1991. *The Ethnography of Communication, An Introduction*. England : Basil Blackwell, Ltd.

Worchel, Stephen dkk. 2000. *Social Psychology*. Belmont, CA : Wadsworth Publishing.

Yulius, Hendri. 2015. *Coming Out*. Jakarta : PT Gramedia.

Jurnal&Media on-line

Ray, Manas. 2011. *A Study on Ethnography of Communication : A Discourse Analysis with Hymes 'Speaking Models'*, Journal of Information Development, Vol. 24, No. 1, 8 Februari 2011, ISSN 0266-6669.

<http://psikologi-online.com> diunduh pada 15 Februari 2016.