

Pengalaman Komunikasi LGBT Generasi Z Melalui Media Sosial

Sutan Yasid Rafi¹, Radja Erland Hamzah^{2*}, dan Mukka Pasaribu³

¹²³Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Jl. Hang Lekir I No. 8, Jakarta Pusat, Indonesia

*Email Korespondensi: radjaerland@dsn.moestopo.ac.id

Abstract – *One of the phenomena that occurs in our social sphere is the existence of LGBT groups who also have a need for social interaction. The purpose of this research is to find out about the communication experience between LGBT people through social media. The theory used is symbolic interactionism to explain the communication process they experience on social media. This research method uses case studies to study a phenomenon in depth. The results show that there is a communication process in the interaction process that occurs in social media which aims to get information, get new friends and even partners. In this case, there are some similarities in the meaning of verbal communication symbols that occur in communication between lesbians and gays. Not only verbal symbols, non-verbal symbols are also used as shown in the style of dress. For them lesbian and gay both symbols are a term that helps them find fellow lesbian or gay friends and also as a determinant of their role in a homosexual relationship.*

Keywords: *communication experience, lgbt, symbolic interactionism, social media*

Abstrak – Salah satu fenomena yang terjadi dalam lingkup sosial kita adalah adanya kelompok LGBT yang juga memiliki kebutuhan dalam berinteraksi sosial. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tentang pengalaman komunikasi antara LGBT melalui media sosial. Teori yang digunakan adalah interaksionisme simbolik untuk menjelaskan terjadinya proses komunikasi yang mereka alami pada media sosial. Metode penelitian ini menggunakan studi kasus untuk mempelajari sebuah fenomena secara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat proses komunikasi dalam proses interaksi yang terjadi dalam media sosial yang bertujuan untuk mendapatkan informasi, mendapatkan teman baru bahkan pasangan. Dalam kasus ini, terdapat beberapa persamaan makna dalam simbol komunikasi verbal yang terjadi dalam komunikasi antara sesama lesbian dan gay. Tidak hanya simbol verbal, simbol non-verbal pun juga dipakai seperti gaya berpakaian yang ditunjukkan. Bagi mereka lesbian dan gay kedua simbol tersebut merupakan sebuah istilah yang membantu mereka menemukan teman sesama lesbian atau gay dan juga sebagai penentu peran mereka dalam sebuah hubungan homoseksual.

Kata Kunci: *pengalaman komunikasi, lgbt, interaksionisme simbolik, media sosial*

Pendahuluan

Komunikasi merupakan satu kegiatan yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Disadari maupun tidak, hampir setiap saat manusia melakukan proses komunikasi baik secara verbal maupun non verbal. Komunikasi verbal sendiri adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan lisan, komunikasi verbal merupakan komponen utama dalam sebuah

proses komunikasi yang kemudian didukung oleh komunikasi non verbal. Komunikasi non verbal sendiri menggunakan bahasa isyarat seperti mimik wajah, gestur, perilaku, lirikan mata, dan lain lain. Dalam proses nya tentu setiap komunikasi baik verbal maupun non verbal memiliki maksud dan tujuan yang ingin disampaikan (Mulyana, 2007).

Secara sederhana komunikasi adalah proses pertukaran pesan antara satu pihak dengan pihak lain nya. Namun seiring dengan perkembangan dari ilmu teknologi dan informasi serta ilmu komunikasi itu sendiri maka proses komunikasi sekarang ini menjadi lebih variatif dan tentu lebih canggih. Hadirnya internet membuat proses komunikasi berkembang pesat, hal tersebut pun didukung oleh banyaknya media sosial yang bermunculan. Berkat media sosial slogan “mendekatkan yang jauh” dapat terealisasikan (Nasrullah, 2015).

Media sosial memungkinkan adanya interaksi dua arah terhadap individu individu yang berjauhan serta juga bisa memberikan umpan balik secara langsung. Dalam sebuah jurnal, dikatakan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana mulai tren pada tahun 2002 dengan adanya jejaring *friendster*, sebuah aplikasi yang saat itu sangat digemari oleh anak muda. Kemudian pada tahun 2004 muncul media sosial *Facebook* yang lebih populer di kalangan masyarakat luas (Waluyo & Revianti, 2019).

Perkembangan media sosial tidak hanya sampai situ, kemudian banyak muncul media sosial seperti twitter, whats app, line, instagram, snapchat, tiktok, dan lain sebagainya. Sekarang ini media sosial tidak hanya menjadi sebuah saluran untuk berkomunikasi tetapi juga sudah menjadi *platform* bagi individu untuk melakukan banyak hal, salah satu hal yang lazim dilakukan di media sosial saat ini adalah mencari teman atau bahkan pasangan melalui media sosial.

Menurut data dari *wearesocial*, pengguna media sosial di Indonesia per Januari 2021 mencapai 170 juta jiwa atau 61,8% dari total keseluruhan penduduk Indonesia yakni 274,9 Jiwa. Uniknya 99.1% dari pengguna media sosial mengakses media sosial mereka dengan menggunakan aplikasi *mobile* pada *handphone*.

Tiga teratas sosial media yang paling sering digunakan adalah Facebook, Whats

App, dan Instagram. Ketiga aplikasi ini tergabung dalam 1 (satu) naungan yaitu dibawah Facebook. Presentase penggunaan Instagram sendiri terbilang banyak dengan angka 86,6% persen dari seluruh pengguna media sosial di Indonesia.

Selain media sosial tersebut, turut hadir juga media sosial *dating apps* yang kini menjadi alternatif pilihan media sosial. Ada banyak *dating apps* yang bisa digunakan, namun yang paling populer di Indonesia adalah Tinder. Dilansir dari sebuah survey yang dilakukan oleh Rakuten Insights pada bulan September tahun 2020, sebanyak 56,7% responden memilih Tinder sebagai *dating apps* pilihan mereka (Rakuten Insight, 2020).

Manusia sebagai makhluk sosial pasti memerlukan interaksi terhadap sesama manusia, hal tersebut dilakukan karena sifat dasar manusia yang saling membutuhkan satu sama lain nya. Karenanya manusia melakukan interaksi sosial untuk bisa tetap bertahan hidup. Interaksi sosial yang terjadi di masyarakat juga menandakan bahwa adanya proses asosiatif dan disosiatif dalam sebuah masyarakat. Manusia berinteraksi secara interpersonal maupun dalam sebuah kelompok, adanya heterogenitas didalam sebuah masyarakat juga menambah dinamika dalam sebuah hubungan sosial, manusia memang diciptakan dengan ragam budaya dan keunikan sehingga sering ditemukan sebuah fenomena sosial yang terjadi di masyarakat.

Fenomena sosial yang belakangan ini sering menjadi pembahasan adalah munculnya kecenderungan seseorang menyukai sesama jenis atau melakukan perilaku homoseksual, fenomena ini lebih dikenal dengan LGBT atau (Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender) (Setiawan & Sukmadewi, 2017). Fenomena sosial ini pertama terjadi di Amerika Serikat dan terus berkembang hingga masuk ke Indonesia. Secara hukum Indonesia hanya mengakui hubungan antara laki laki dengan perempuan seperti yang tertulis dalam Undang Undang No.1 tahun 1974

yang mengatur tentang Perkawinan, disana tercantum bawa Pernikahan adalah ikatan lahir batin antara seorang pria dan seorang wanita. Secara agama, Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia juga melarang perilaku homoseksual karena sangat bertentangan dengan ajaran agama Islam, agama agama lain nya di Indonesia seperti kristiani, katolik, hindu, buddha, dan kong hu cu juga kompak menolak perilaku tersebut.

Adanya fenomena perilaku homoseksual di masyarakat Indonesia diketahui sudah lama terjadi dari akhir tahun 1960-an dan semakin berkembang pasca reformasi tahun 1998 yang merupakan momentum kebebasan bersuara. Belakangan ini, tidak sulit bagi kita untuk menemukan informasi tentang aktifitas LGBT di Indonesia, media *mainstream* memberitakan aktifitas LGBT sebagai suatu tindakan tidak bermoral yang melawan hukum, namun ada juga media alternatif yang menyuarakan aspirasi dari orang-orang LGBT yang juga didukung oleh banyak Lembaga Swadaya Masyarakat yang tampil membela hak-hak dari kaum LGBT.

Sudah banyak acara-acara yang membawa pesan-pesan dari komunitas LGBT di masyarakat, salah satu contohnya adalah *pride parade* yang merupakan sebuah acara berskala internasional yang dirayakan pada setiap akhir bulan juni. Dalam satu artikel yang ditulis di laman Vice.id, Indonesia tidak menjadikan *pride parade* yang merupakan perayaan komunitas LGBT sebagai acara tahunan, karenanya acara semacam *pride parade* yang tetap merupakan perayaan sekaligus ajang unjuk rasa komunitas LGBT dilaksanakan secara klandestin, begitu pula dengan aktivitas komunitas LGBT (Putsanra, 2021).

Contohnya adalah munculnya aktivitas komunitas LGBT yang bermula dari internet atau media sosial. Sering kali kita menemui akun-akun media sosial yang pro dan lantang menyuarakan paham LGBT, tidak hanya pada dunia maya, kegiatan pro

LGBT juga bisa dilanjutkan secara *on ground* dengan menggelar berbagai macam jenis acara seperti diskusi, bedah buku, dan lain-lain.

Tidak hanya pada laman media sosial, seiring dengan perkembangan zaman sekarang juga ada aplikasi kencan online yang didalamnya juga ada pengguna dengan orientasi seksual lesbian dan *gay* yang memang mencari teman atau mungkin pasangan yang memiliki orientasi seksual serupa. Dari proses interaksi dan komunikasi yang terjadi di media sosial pun bisa berlanjut pada pertemuan di dunia nyata.

Namun tidak semuanya bisa berjalan mulus dan lancar. Nyatanya ada sederet kasus kontra LGBT di Indonesia. Paham LGBT selalu dibenturkan dengan isu agama dan identitas bangsa. Anggota dari komunitas LGBT kerap kali menjadi sasaran kekerasan, sebuah survey yang dilakukan oleh lembaga Arus Pelangi menyatakan bahwa 89,3% LGBT di Indonesia mengalami kekerasan. Hal tersebut menunjukkan bahwa LGBT tidak sepenuhnya diterima di Indonesia.

Banyak kita temui beragam opini publik yang terpecah menjadi pro dan kontra atau netral mengenai LGBT di Indonesia. Berdasarkan survey pada tahun 2018 yang dilakukan oleh Tirto.Id, sebanyak 87,6% masyarakat Indonesia menganggap LGBT adalah sebuah ancaman sedangkan hanya 10,8% yang menganggap LGBT bukan ancaman di Indonesia sementara hanya 1,6% yang tidak berpendapat (Garnesia, 2019).

Meskipun keberadaannya ditentang oleh banyak masyarakat di Indonesia namun kebutuhan dasar mereka sebagai manusia untuk berinteraksi satu sama lain tetap valid. Seperti lazimnya manusia pada umumnya yang memiliki kebutuhan untuk berinteraksi satu sama lain, LGBT juga memiliki kebutuhan untuk berinteraksi dan berkomunikasi sesama LGBT lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam proses interaksi sosial manusia pasti melakukan komunikasi baik secara verbal maupun non-verbal. Setiap bentuk komunikasi pasti memiliki suatu maksud, selain untuk bertukar pesan manusia juga pasti memiliki sesuatu tujuan tertentu dalam pesan yang disampaikan (Aufirandra et al., 2017). Dari sudut pandang sosiologi manusia memiliki kebutuhan akan kasih sayang, sudah sewajarnya seorang mencari pasangan yang dia cintai dan mengharap balasan cinta kasih yang sama. Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengalaman komunikasi yang terjadi antara LGBT melalui media sosial.

Kerangka Teori

Pengalaman Komunikasi

Komunikasi yang merupakan suatu bentuk interaksi juga menjadi sebuah pengalaman, melalui proses komunikasi individu juga akan melakukan pengiriman dan penerimaan pesan. Sebelum menerima pesan ada sebuah proses kodifikasi suatu pesan yang dikenal dengan istilah *encoding* dan *decoding*. Dalam proses *encoding* dan *decoding* suatu pesan juga tidak bisa lepas dari sebuah pemaknaan secara subjektif. Individu yang mengalami sebuah pembelajaran tertentu akan melakukan pembelajaran terhadap sebuah kejadian yang sudah dialaminya karena pemaknaan terhadap suatu pengalaman bisa berbeda beda tergantung persepsi yang dihasilkan dari sebuah pembelajaran akan suatu pengalaman (Mailasari & Wahid, 2020).

Dalam hal ini, pesan verbal maupun non-verbal yang ingin disampaikan sudah melalui proses *decoding* mengandung sebuah makna tertentu. Ketika komunikasi melakukan *encoding* makna pesan yang diterima bisa jadi berbeda dengan apa yang dimaksud oleh komunikator. Hal tersebut bisa terjadi karena perbedaan makna yang terdapat pada masing masing individu. Makna yang

didapatkan oleh setiap individu berasal dari sebuah pengertian, untuk mendapatkan suatu pengertian diperlukan sebuah pengalaman. Karenanya untuk mencapai sebuah pengertian seseorang harus mengalami sebuah peristiwa terlebih dahulu (Evelina, 2019).

Lesbian, Gay, dan Homoseksual

American Psychiatric Association (APA) membagi orientasi seksual menjadi tiga yaitu: heteroseksual, biseksual, dan homoseksual. Homoseksual adalah istilah yang mengacu kepada ketertarikan seksual terhadap sesama jenis kelamin. Homoseksual juga terbagi menjadi 2 yaitu Lesbian dan *gay*. Lesbian adalah wanita memiliki ketertarikan seksual dengan sesama wanita, sedangkan *gay* adalah pria yang memiliki ketertarikan seksual dengan sesama pria. (Diniati, 2018).

Oetomo dalam Corytawaty dan Lobodally (2017) mengatakan bahwa homoseksual mengacu kepada rasa ketertarikan secara perasaan (kasih sayang dan hubungan emosional) dan secara erotis. Baik secara terbuka atau dominan, maupun secara lebih tertutup atau eksklusif terhadap orang yang berjenis kelamin sama dengan atau tanpa adanya hubungan fisik (Corytawaty & Lobodally, 2017).

Lesbian adalah sebuah istilah yang mengacu kepada seorang wanita yang mengarahkan orientasi seksual mereka kepada sesama wanita. Istilah ini juga digunakan kepada seorang wanita yang mencintai wanita lain baik secara fisik, seksual, emosional, dan secara spiritual. Lesbian juga bisa menjadi kata benda yang mengarah kepada wanita yang menyukai sesama jenisnya dan bisa menjadi kata kerja apabila mengandung karakterisasi sebuah objek atau sebuah aktifitas mengenai hubungan seksual sesama jenis antar wanita (Sujana et al., 2018).

Gay adalah seorang pria atau laki-laki yang memiliki orientasi seksual sesama jenis atau ketertarikan seksual terhadap jenis kelamin yang sama. Dengan

kata lain menyukai pria atau laki-laki secara emosional dan seksual. Gay bukan hanya menyangkut kontak seksual antara seorang laki-laki dengan laki-laki yang lain tetapi juga menyangkut individu yang memiliki kecenderungan psikologis, emosional dan sosial terhadap laki-laki yang lain. Gay tetap mengakui identitas jenis kelaminnya sebagai laki-laki, namun orientasi seksualnya ditujukan kepada laki-laki (Marhaba et al., 2021).

Ada banyak faktor yang mempengaruhi seseorang mengapa mereka menunjukkan perilaku homoseksual. Feldman dalam Azhari (2019) menjelaskan dengan pendekatan ilmu biologi bahwa faktor hormon atau genetik dapat mempengaruhi perkembangan orientasi seseorang. Dijelaskan juga beberapa pandangan lain seperti dari segi psikoanalisis dimana kondisi ibu yang terlalu dominan dan overprotektif dan ayah cenderung pasif. Faktor lain yang juga mempengaruhi adalah karena faktor pembelajaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa orientasi seksual dapat dipelajari sebagai akibat dari adanya *reward and punishment* yang diterima (Azhari et al., 2019).

Generasi Z

Turner (2015) menulis bahwa dari sebuah hasil yang dilakukan oleh *Pew Research Institute* yang dilakukan pada tahun 2010 terdapat setidaknya empat pengelompokan generasi. Yang pertama adalah *the silent generation*, disebut juga dengan tradisional atau *the greatest generation*. Generasi ini lahir diantara tahun 1922-1945. Lalu ada generasi *baby boomers* dengan tahun kelahiran antara tahun 1946-1964. Berikutnya ada generasi X yang terlahir diantara tahun 1965-1977. Kemudian ada generasi *millenials* yang lahir pada tahun 1977-1993. Akhirnya ada generasi Z yang terlahir dari tahun 1993-2005 (Turner, 2015).

Meskipun ada berbagai sumber yang memiliki versi mereka masing masing mengenai angka tahun kelahiran,

Generasi Z hadir setelah Generasi Y atau generasi milenial, kemudian diteruskan oleh Generasi Alpha yang lahir pada tahun 2010 keatas. Masing masing generasi memiliki karakteristik nya tersendiri.

Salah satu ciri dari Generasi Z yang paling menonjol adalah kedekatan mereka dengan internet, Generasi Z dikenal juga sebagai *iGeneration* atau generasi Internet. Hal ini disebabkan oleh perkembangan internet yang sangat pesat pada kurun waktu kelahiran Generasi Z. Menurut sebuah survey yang dilakukan oleh Palley pada tahun 2012, 90% dari Generasi Z sudah memiliki sebuah ikatan emosional tersendiri dengan dunia digital (*digital bond*) dimana mereka akan lebih terkejut ketika dihukum untuk tidak boleh bermain internet sebagai sebuah bentuk hukuman (Turner, 2015).

Dalam arti positif kedekatan mereka dengan internet juga berarti mereka lebih piawai untuk menggunakan berbagai teknologi informasi dan komunikasi. Generasi Z lebih ahli dalam mengoperasikan berbagai media teknologi (*digital natives*), dan memiliki karakter *multitasking* yang membedakan mereka dengan generasi sebelum nya (Christiani & Ikasari, 2020).

Karena mereka lahir dan tumbuh bersama teknologi mereka pun merasa nyaman dalam lingkungan mereka yang serba digital. Karena nya sangat penting bagi mereka untuk terus berada dalam lingkungan digital. Mereka akan terus *online* dengan perangkat apapun tanpa henti (Bencsik et al., 2016).

Media Sosial

Dalam Sari (2011) Menurut Boyd dalam Nasrullah, media sosial adalah sekumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi dan saling berkolaborasi atau bermain (Sari et al., 2011).

Media sosial adalah sebuah bentuk media berbasis online yang dapat diakses dengan internet. Media sosial memudahkan

pengguna nya untuk berinteraksi satu sama lain meskipun jarak mereka berjauhan.

Fahlepi dalam Roem dan Sarmiati (2019) menyebutkan bahwa media sosial adalah media berbasis online yang mendukung terjadinya interaksi. Media sosial yang menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi suatu dialog interaktif yang berfungsi untuk memperluas interaksi sosial manusia dan merubah praktik komunikasi satu arah media siaran dari satu ke banyak atau *one to many* menjadi komunikasi dialogis antar banyak *audience* atau *many to many* (Roem & Sarmiati, 2019).

Teori Interaksi Simbolik

Teori Interaksi simbolik adalah sebuah teori yang dipopulerkan oleh George Hebert Mead (1863–1931). Teori interaksi simbolik merupakan respon dari teori teori psikologi dengan aliran behaviorisme. Ardianto dalam siregar (2016) berpendapat bahwa Interaksi simbolik menurut perspektif interaksional, merupakan salah satu perspektif yang ada dalam studi komunikasi, yang barangkali paling bersifat "humanis" (Siregar, 2016).

Dalam bukunya yang berjudul yaitu *mind, self, and society*, Mead berpendapat bahwa ada 3 (tiga) ide dasar yang mempengaruhi interaksi dalam kehidupan manusia yaitu *mind, self, and society*. Interaksi simbolik terjadi karena adanya sebuah ide atau gagasan dasar yang ada dalam pikiran manusia yang memberikan sebuah makna terhadap dirinya sendiri dan masyarakat (*mind, self, society*). Definisi singkat dari ke tiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain adalah :

Pikiran (*mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain. Diri (*self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut

pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*self*) dan dunia luarnya.

Masyarakat (*society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya (Siregar, 2016).

Menurut Fisher dalam Ahmadi, interaksi simbolik adalah teori yang melihat realitas sosial yang diciptakan manusia. Sedangkan manusia sendiri mempunyai kemampuan untuk berinteraksi secara simbolik, memiliki esensi kebudayaan, saling berhubungan, bermasyarakat, dan memiliki buah pikiran. Setiap bentuk interaksi sosial dimulai dan berakhir dengan mempertimbangkan diri manusia (Ahmadi, 2008).

Menurut Effendi dalam Siregar (2016) interaksi simbolik adalah suatu faham yang menyatakan bahwa hakekat terjadinya interaksi sosial antara individu dengan antar individu, kemudian antar kelompok dengan kelompok dalam masyarakat adalah karena komunikasi. Suatu kesatuan pemikiran dimana sebelumnya pada masing masing diri yang terlibat internalisasi atau pembatinaan (Siregar, 2016).

Landasan berpikir atau asumsi dasar dari teori interaksionisme simbolik adalah interaksi berlangsung di antara berbagai pemikiran dan makna yang menjadi karakter masyarakat. Dalam berinteraksi, masing- masing diri (*self*) dan masyarakat (*society*) sebagai aktor dan keduanya tak dapat dipisahkan, saling mempengaruhi dan menentukan. Tindakan seseorang adalah hasil dari stimulasi internal dan eksternal atau dari bentuk sosial diri dan masyarakat. Karakteristik dari interaksionisme simbolik ditandai

dengan hubungan antarindividu dalam masyarakat melalui komunikasi dan komunikasi ini menggunakan simbol-simbol yang mereka ciptakan (Derung, 2017).

Interaksi Simbolik pada dasarnya berusaha untuk memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Interaksi simbolik memberikan prespektif teoritis dengan asumsi bahwa mereka bertindak atas dasar makna yang mereka miliki dan makna tersebut muncul dalam proses interaksi sosial antar pelaku. Karenanya prespektif ini menyarankan untuk melihat perilaku manusia sebagai sebuah proses pembentukan dan pengaturan perilaku dengan pertimbangan ekspektasi orang lain sebagai mitra mereka berinteraksi (Elbadiansyah, 2014).

Proses interaksi menjadikan seseorang membentuk suatu makna dalam pikirannya, pemaknaan tersebut kemudian akan membentuk sebuah konsep mengenai dirinya sendiri. Karena proses pemaknaan bersifat subjektif maka konsep diri antar individu sangat berbeda dan bersifat sangat subjektif. Konsep diri yang terbentuk melalui proses interaksi sosial juga sangat bergantung dengan kualitas interaksi sosial yang dialami oleh individu, interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat juga tidak lepas dari heterogenitas masyarakat itu sendiri.

Metode Penelitian

Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk penelitian yang sedang ditulis mengingat subjek yang menjadi penelitian adalah individu yang memiliki pemaknaan tersendiri bagi setiap peristiwa. Myers dalam Palmer dan Bolderston (2006) berpendapat bahwa tujuan dari penelitian kualitatif adalah berlawanan dengan penelitian kuantitatif, dimana penelitian kualitatif berasal dari satu hal yang membedakan manusia dengan makhluk hidup yang lain, yaitu kemampuan untuk berbicara. Metode penelitian kualitatif dirancang untuk membantu peneliti untuk memahami

manusia dan konteks sosial budaya dalam kehidupan yang mereka jalani (Palmer & Bolderston, 2006).

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode studi kasus sebagai metode untuk penelitian ini. *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods* mendefinisikan studi kasus sebagai pendekatan penelitian dimana satu atau beberapa contoh kasus sebuah fenomena dipelajari secara mendalam. Fokus pada studi kasus terletak pada beberapa contoh kasus, fenomena, atau unit analisis, namun tidak terbatas kepada satu pengamatan (Given, 2008).

Hasil Dan Pembahasan

Secara tidak langsung terbentuklah kelompok LGBT yang didalamnya terdapat lesbian dan gay dalam masyarakat di Indonesia. Empat orang informan saya pun mengakui secara sadar bahwa mereka merupakan seorang homoseksual, lesbian bagi yang perempuan dan gay bagi yang laki laki. Alasan mereka memutuskan menjadi seorang lesbian/gay pun beragam. Ada yang memang mencari tahu sendiri mengenai orientasi seksualnya (faktor pembelajaran), ada yang tidak ingin lagi berpura pura menjadi apa yang bukan dirinya, hingga pengaruh lingkungan.

Suka tidak suka, kenyataannya adalah mereka merupakan bagian dari masyarakat itu sendiri. Meski demikian mereka juga menghadapi tantangan yang utamanya berasal dari masyarakat yang berakibat pada adanya tekanan sosial yang mereka rasakan. Tekanan sosial tersebut akhirnya menimbulkan kekhawatiran yang timbul dalam diri mereka.

Meskipun mengalami berbagai tantangan dan kekhawatiran, sudah sewajarnya sebagai manusia mereka melakukan interaksi sosial dan juga berkomunikasi. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, munculah Internet yang mempermudah kita untuk berkomunikasi, hadirnya media sosial juga membuat kegiatan komunikasi kita semakin cepat

dan modern, hal ini ditunjukkan dengan adanya kegiatan interaksi sosial yang terjadi melalui media sosial Instagram dan Tinder.

Saat ini Instagram bukan hanya menjadi media untuk membagi foto ataupun video, namun juga sudah berkembang menjadi sebuah media bagi kita untuk mendapatkan berbagai informasi seperti contohnya lowongan pekerjaan dan berita terkini. Selain itu Instagram juga sudah menjadi *platform* bagi para pembuat konten untuk bisa berkreasi dan membagikan konten mereka kepada khalayak. Masing masing pengguna Instagram pun juga dapat memilih konten apa saja yang mereka ingin dilihat.

Fungsi Instagram sebagai sebuah media untuk melakukan komunikasi jarak jauh juga masih tetap relevan, Hal ini dibuktikan dengan adanya proses komunikasi yang terjadi antara keempat informan saya dengan teman teman nya yang memiliki kesamaan orientasi seksual. Lain dengan Instagram, Tinder yang merupakan media sosial yang memang diciptakan sebagai media sosial untuk mencari pasangan. Bagi keempat informan saya, mereka memang ada yang menggunakan tinder untuk mencari pasangan sesama jenis, namun ada juga yang hanya ingin mencari teman yang memiliki kesamaan orientasi seksual. Sebagai seorang lesbian dan gay mereka tentu juga mencari pasangan yang sesama jenis dengan mereka, dan mereka juga memiliki preferensi orang yang dicari pada Tinder berbeda satu sama lain, ada yang mengkriteriakan secara fisik, sifat, maupun peran dalam sebuah hubungan homoseksual.

Masuk kepada pengalaman komunikasi. Perbedaan pengalaman komunikasi menggunakan Instagram dan Tinder yang dialami oleh subjek penelitian saya terjadi karena masing masing dari mereka mengalami kejadian yang berbeda ketika menggunakan Instagram dan Tinder. Secara subjektif hal itu membentuk pemaknaan mengenai pengalaman mereka

menggunakan Instagram dan Tinder untuk berkomunikasi.

Ketika mereka melakukan kegiatan komunikasi dengan sesama lesbian dan *gay* di media sosial, mereka biasa menggunakan bahasa istilah sebagai simbol verbal dalam berkomunikasi. Informan saya kompak mengungkapkan bahwa mereka biasa menggunakan istilah "*Top, bottom, dan middle*" sebagai suatu bahasa yang mendefinisikan peran mereka dalam sebuah hubungan homoseksual. *Top* adalah mereka yang berperan lebih dominan, atau yang lebih memperlihatkan sisi maskulin dalam sebuah hubungan, ada juga yang menyebutkan bahwa *top* berperan sebagai seorang 'laki laki' dalam hubungan homoseksual, *bottom* adalah sebutan istilah bagi mereka yang cenderung lebih pasif, dan lebih feminim dalam sebuah hubungan, jikalau *top* berperan sebagai 'laki laki' maka *bottom* berperan sebagai 'perempuan' nya, sedangkan *middle* adalah mereka yang dapat bermain peran ganda sebagai *top* ataupun *bottom* dalam sebuah hubungan homoseksual.

Peneliti juga menanyakan bagaimana gaya berpakaian yang digunakan oleh mereka dalam profil media sosial mereka sebagai simbol non verbal dalam komunikasi. Sekilas gaya berpakaian mereka tampak biasa biasa saja. Namun secara pemaknaan mereka memaknai kalau gaya berpakaian yang digunakan juga memiliki kaitan nya dengan orientasi seksual mereka. Sesuai dengan konsep *mind* dalam teori interaksi simbolik George Hebert Mead, keempat subjek penelitian saya mampu memahami simbol verbal dan non-verbal dalam komunikasi. Pemahaman mereka didasari akan suatu kesamaan makna dalam simbol verbal yang mereka gunakan yaitu kata "*Top, bottom, dan middle*".

Pemaknaan simbol non verbal dalam komunikasi juga memiliki ketertarikan terhadap orientasi seksual mereka dimana mereka memaknai penggunaan gaya berpakaian untuk

menunjukkan identitas mereka sebagai lesbian atau *gay*.

Pada pembahasan berikutnya mengenai konsep *self* pada teori interaksi simbolik George Hebert Mead. Keempat subjek penelitian saya masing masing memiliki pandangan masing masing terhadap dirinya sendiri dalam proses komunikasi sebagai seorang lesbian atau *gay*. Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan masing masing dari mereka memiliki pandangan masing masing terhadap dirinya sendiri.

Terakhir adalah mengenai *society* dalam interaksi simbolik. Peneliti menemukan adanya kesamaan terhadap pengaruh lingkungan mereka dimana ada pengaruh dari lingkungan mereka terhadap cara mereka berkomunikasi. Hal ini ditunjukkan oleh subjek penelitian saya yang terpengaruh oleh kondisi lingkungannya, dalam hal ini ditunjukkan dengan subjek penelitian yang menunjukkan perubahan karena adanya dorongan dari lingkungan sekitar mereka.

Simpulan

Pengalaman komunikasi yang terjadi di media sosial Instagram dan Tinder pada subjek penelitian ini umumnya terbagi menjadi dua yaitu pengalaman yang baik dan kurang baik. Mereka menggunakan media sosial Instagram untuk berhubungan dengan orang-orang, mendapatkan berita, mencari teman baru, dan membuat konten. Pada media sosial Tinder juga terdapat pengalaman yang baik dan kurang baik. Umumnya mereka menggunakan Tinder untuk mencari pasangan sesama Lesbian atau Gay. Namun pada prosesnya ternyata tidak semua yang mereka kenal di Tinder akhirnya menjadi pasangan mereka, ada yang akhirnya menjadi kawan baik saja.

Daftar Pustaka

Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik. *Jurnal Mediator*, 9(2), 301–316.
Aufirandra, F., Adelya, B., & Ulfah, S.

(2017). Komunikasi mempengaruhi tingkah laku individu. *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, 2(2), 9–15.

Azhari, N. K., Susanti, H., & Susanti, I. Y. (2019). Gay Perceptions To the Causes of Homosexuality. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 7(1), 1–6.

Bencsik, A., Juhász, T., & Horváth-Csikós, G. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6, 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>

Christiani, L. C., & Ikarari, P. N. (2020). Generasi Z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 4(2), 84–105.

Corytawaty, O., & Lobodally, A. (2017). Komunikasi Verbal Dan Nonverbal Di Antara Kaum Homoseksual. *Jurnal Cakrawala*, 6(2), 277–296.

Derung, T. N. (2017). Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat. *SAPA-Jurnal Kateketik dan Pastoral*, 2(1), 118–131.

Diniati, A. (2018). Konstruksi Sosial Melalui Komunikasi Intrapribadi Mahasiswa Gay di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i2.13768>

Elbadiansyah, U. (2014). Interaksionisme Simbolik dari Era Klasik hingga Modern. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.

Evelina, L. W. (2019). Komunitas adalah Pesan: Studi Netnografi Virtual di Situs Wisata TripAdvisor. *Warta ISKI*, 1(02), 65–74. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i02.19>

Garnesia, I. (2019). *Pandangan Terhadap LGBT: Masih Soal Penyakit Sosial dan Agama*. [tirto.id. https://tirto.id/pandangan-terhadap-lgbt-masih-soal-penyakit-sosial-dan-agama-edju](https://tirto.id/pandangan-terhadap-lgbt-masih-soal-penyakit-sosial-dan-agama-edju)

- Given, L. M. (2008). The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods. In *Sage Publication*. <https://doi.org/10.4324/9780203154281-19>
- Mailasari, S. H., & Wahid, U. (2020). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1), 1–8.
- Marhaba, M., Paat, C., & Zakarias, J. (2021). Jarak Sosial Masyarakat Dengan Kelompok Lesbian Gay Biseksual Dan Trangender (LGBT) Desa Salilama Kecamatan Mananggu Kabupaten Boalemo Provinsi Gotontalo. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1), 1–13.
- Mulyana, D. (2007). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. In *Edisi Revisi*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Palmer, C., & Bolderston, A. (2006). A Brief Introduction to Qualitative Research. *Canadian Journal of Medical Radiation Technology*, 37(1), 16–19. [https://doi.org/10.1016/s0820-5930\(09\)60112-2](https://doi.org/10.1016/s0820-5930(09)60112-2)
- Putsanra, D. V. (2021). *Arti Pride Month 2021 yang Trending: Kapan & Bagaimana Sejarahanya*. Tirto.id. <https://tirto.id/arti-pride-month-2021-yang-trending-kapan-bagaimana-sejarahanya-ggt6>
- Rakuten Insight. (2020). *Tinder, Aplikasi Kencan Daring Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/24/tinder-aplikasi-kencan-daring-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>
- Roem, E. R., & Sarmiati. (2019). *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya* |. 02, 202–210.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Setiawan, W., & Sukmadewi, Y. D. (2017). “Peran Pancasila Pada Era Globalisasi” Kajian Terhadap Pancasila Dan Fenomena Lgbt (Lesbian,Gay,Bisexual,Transgender) Di Indonesia. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 19(1), 126. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v19i1.691>
- Siregar, N. S. S. (2016). Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik. *Perspektif*, 1(2), 100–110. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v1i2.86>
- Sujana, I. N., Setyawati, K. A., & Ujanti, N. M. P. (2018). the Existence of the Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender (Lgbt) Community in the Perspective of a State Based on Pancasila. *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, 30(1), 126. <https://doi.org/10.22146/jmh.28655>
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>
- Waluyo, L. S., & Revianti, I. (2019). Pertukaran Sosial dalam Online Dating (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tinder di Indonesia). *Informatik : Jurnal Ilmu Komputer*, 15(1), 21. <https://doi.org/10.52958/iftk.v15i1.1122>