

# Jurnal Ilmu Komunikasi

Volume 1, No. 11, April 2012

**Pengaruh Media Teknologi terhadap Fenomena Seks bebas  
di Kalangan mahasiswa Jakarta & Bandung  
Kajian Fenomenologi pada Perilaku Seksual remaja  
Proza Yulisman & Fathurin Zein  
1 - 23**

**Proses Komunikasi Homoseksual dalam Kehidupan Sosialita di Jakarta  
Ayu Febrianti & Mirza Ronda  
23 - 52**

**Opini Aktifis Perempuan HTI terhadap Program Take Me Out  
Indonesia di Stasiun TV Indosiar  
Nandang Mulyasantosa  
53 - 80**

**Budaya Populer dan dan Pencitraan Boudrillard  
Lilik Murdiyanto  
81 - 91**

**Analisis Semiotik pada Film Kentut  
Rahtika Diana  
92 - 131**

Jurnal Ilmu Komunikasi	Volume 1	No. 11	Jakarta April 2012	ISSN 1585-2249
---------------------------	----------	--------	-----------------------	----------------

# *Jurnal Ilmu Komunikasi*

Volume 1, No. 11, April 2012

**Pengaruh Media Teknologi terhadap Fenomena Seks bebas  
di Kalangan mahasiswa Jakarta & Bandung  
Kajian Fenomenologi pada Perilaku Seksual remaja  
Proza Yulisman & Fathurin Zein  
1 - 23**

**Proses Komunikasi Homoseksual dalam Kehidupan Sosialita di Jakarta  
Ayu Febrianti & Mirza Ronda  
23 - 52**

**Opini Aktifis Perempuan HTI terhadap Program Take Me Out  
Indonesia di Stasiun TV Indosiar  
Nandang Mulyasantosa  
53 - 80**

**Budaya Populer dan dan Pencitraan Boudrillard  
Lilik Murdiyanto  
81 - 91**

**Analisis Semiotik pada Film Kentut  
Rahtika Diana  
92 - 131**

Jurnal Ilmu Komunikasi	Volume 1	No. 11	Jakarta April 2012	ISSN 1585-2249
---------------------------	----------	--------	-----------------------	----------------

Jurnal Ilmu Komunikasi terbit dua kali setahun pada bulan April dan September, memuat artikel hasil penelitian dibidang Komunikasi dan Relasi Publik.

**Penanggung Jawab**  
Direktur Sekolah Pascasarjana Usahid  
Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA

**Pemimpin Redaksi**  
Mirza Ronda, Drs., M.Si

**Penelaah Ahli (Mitra Bestari)**  
Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA (Universitas Sahid Jakarta)  
Prof. Dr. Santoso S. Hamidjojo (Universitas Sahid Jakarta)  
Prof. Dr. Betty R. Soemirat (Universitas Padjajaran)  
Prof. Dr. Hafid Cangara (Universitas Hasanuddin)  
Dr. Yusuf Hamdan (Universitas Islam Bandung)  
Dr. Pinkey Triputra (Universitas Indonesia)

**Team Redaksi**  
Lilik Murdianto, S.Sos  
Eko Hari Saksono, SE.

**Design Grafis/Setting**  
Sugeng Hari Abrianto, S.Sos.

**Tata Usaha dan Sirkulasi**  
Dedy Wahyudi, Drs., MM  
Edy, SAg

**Alamat Redaksi**  
Gedung Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta, Annex Building Lt.5  
Sahid Jaya Hotel Jakarta, Jl. Jend. Sudirman 86, Jakarta Pusat.  
E-mail: [pmbs2@usahid.ac.id](mailto:pmbs2@usahid.ac.id)

Jurnal Ilmu Komunikasi diterbitkan oleh Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta. Terbit pertama kali bulan Juli 2005 dengan nama Jurnal Ilmu Komunikasi.

Penyunting menerima sumbangan tulisan yang belum pernah dimuat dalam media cetak lain. Syarat-syarat, format dan tulisannya dapat diperiksa pada petunjuk bagi penulis Jurnal Ilmu komunikasi di sampul belakang dalam jurnal ini. Naskah yang masuk ditelaah oleh peneliti ahli atau Mitra Bestari untuk dinilai kelayakannya.

Langganan satu tahun (2 nomor) Rp. 100.000,- uang langganan ditransfer ke rekening Bank Mandiri No. 124.0.098.045.793

Dicetak oleh PT. Tema Baru. Isi diluar tanggungjawab percetakan.

## **Pengantar Redaksi**

Keragaman perspektif dan metodologi yang digunakan dalam penelitian dengan melibatkan teori-teori komunikasi dan social yang relevan secara relative telah memotivasi dan menginspirasi peneliti dalam menentukan topic dan rancangan kajian yang kreatif. Hal ini tercermin dari pilihan topic penelitian, mulai dari pendekatan klasik positivistic sampai pendekatan konstruktif dan kritis dengan metode kualitatif dalam membedah permasalahan komunikasi secara empiric. Kondisi ini menjadi pembuktian bahwa pilihan pendekatan dan metode, relative berhubungan dengan pemahaman dan pengetahuan mereka tentang kelemahan dan keterbatasannya. Dalam edisi kali ini, sengaja redaksi memilih 2 kajian dengan pendekatan positivistic untuk memberi perimbangan kajian yang dalam beberapa tahun terakhir lebih didominasi kajian konstruktif dan kritis.

Hal ini dilakukan sebagai wujud konsistensi dari jurnal ini dalam memperjuangkan ruang diskusi rasional bagi setiap orang yang memiliki rasionalitas perspektifnya masing-masing. Dengan demikian kehadiran jurnal ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap keberagaman pandangan dalam ilmu komunikasi dan ilmu sosial, sekaligus menghindari klaim kebenaran tunggal dalam ilmu pengetahuan.

Salam

**Pengaruh Media dan Teknologi Terhadap Fenomena Seks Bebas di Kalangan Mahasiswa  
Jakarta dan Bandung**

**(Kajian Fenomenologis Pada Perilaku Seksual Remaja)**

**ABSTRACT**

**Proza Yulisman \*)  
Fathurin Zen\*)**

In former day, free sex problem was a taboo subject to be conversed in Indonesian civilization, but nowadays, these subject become common features to be conversed. This symptom was proving by a lot of premarital pregnant case and the increasing of amount sexual disease patient. Sex behavior had expanded not only at big city but its influence small village in many ways. This research background was taken by the reality in our civilization which a lot of adolescent become active at doing premarital sexual behavior.

The aim of this research is to find how far they know about free sex behavior, how far media and technology have an influence this behavior, how far they involved in this activity and to know how far they realize what they are doing compare by civilization norm. This research also trying to comprehend their interpretation at use of symbols, while they interact with the member of their community.

This research using qualitative methods which is emphasize at interpretative analysis and naturalistic at the phenomena. The data collected by doing interview (in-depth interview) with the respondent. The interview was start at April 2008, and the respondent come from four different universities around Jakarta and Bandung.

Result of the research, show us that the college student has known about sex information and the impact of sex behavior before the start to involve with that behavior. Media and technology has a great influence to this behavior. They got the information about sex from everywhere, as an example from the media, friend, parent and many more. Their sex activity has come to a level where they are having sex intercourse. This could happen because the situation and the condition were enabling them to do that. They realize that this behavior were prohibited by the civilization, but they still doing this behavior because of decreasing self control and the information they got sometime could be a stimulant to make them do that behavior.

While they are interacting with others, they are using symbols. They interpretation about meaning of the symbols generally have the same meaning for each symbols.

*\*) Penulis : Alumni SPs Usahid Jakarta*

*\*) Penulis : Dosen SPs Usahid Jakarta*

**PROSES KOMUNIKASI HOMOSEKSUAL DALAM KEHIDUPAN SOSIALITA DI INDONESIA**  
**"Studi Kasus Wilayah DKI Jakarta"**

**ABSTRAK**

**Ayu Febriyanti\*)**

**Mirza Ronda\*)**

Permasalahan dalam penelitian adalah Bagaimana Peran Humas dalam melakukan proses penyampaian komunikasi terhadap kaum Homoseksual dalam kehidupan sosialita di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses komunikasi PR kepada kaum Homoseksual dalam kehidupan sosialita di Indonesia.

Model Teori Interpersonal dalam penelitian ini menurut Effendy hakikatnya komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan arus balik bersifat langsung.

Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif menurut Lexy, penelitian yang lebih banyak mementingkan segi makna atau proses. Peneliti mendatangi tempat yang menjadi simbol dari proses komunikasi mereka. Peneliti mewawancarai Satu orang key informan yaitu *Dr. Sylvia* seorang *Psychiatrist* dari RS. Sahid, Satu orang Marketing PR dan Empat orang informan dari kaum Homoseksual.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Proses penyampaian pesan oleh seorang Public Relation kepada kaum Homoseksual adalah Kaum Homoseksual berkomunikasi mempunyai gerak gerak bahasa tubuh dan gaya berbicara yang berbeda lebih kemayu. PR melihat kaum Homo tidak keberatan dengan adanya proses interaksi di tempat mereka datang karena itu merupakan hak individu dimana itu semua sudah menjadi pilihan selama tidak memicu konflik dalam masyarakat dan merugikan tempat tersebut. Kaum Homo memiliki perasaan yang lebih sensitif dan jiwa kewanitaan yang lebih kuat. Kaum Homo lebih cepat berinteraksi dan lebih lancar dalam berkomunikasi. Kaum Homo mempunyai beberapa situs untuk berinteraksi lebih khusus dengan sesama kaum Homo. Kaum homo masih menjaga nilai ketimuran masyarakat Indonesia dengan tidak melakukan hal yang akan menimbulkan konflik di masyarakat. Faktor keluarga dan membenci figur seorang wanita adalah alasan mengapa seseorang menjadi seorang Homoseksual. Kaum Homo tidak bisa lepas dari kehidupan sosialita khususnya di DKI Jakarta. Tempat hiburan malam, tempat *gym*, mall dan apartemen adalah simbol interaksi komunikasi kaum Homoseksual. Kaum Homo dalam mencari pasangan sudah memiliki nalar tersendiri pada saat berkenalan dengan pria. Kaum Homo suka menonjolkan kelebihan materi yang di punya dalam berinteraksi sosial.

**\*) Penulis : Dosen Fikom Usahid Jakarta dan Alumni SPS Usahid Jakarta**

### 1.1. PENDAHULUAN

Fenomena homoseksualitas di Indonesia merupakan hal yang masih tabu dibicarakan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Tetapi hal ini tidak dapat dipungkiri, bahwa ditengah-tengah masyarakat ada orientasi seksual yaitu komunitas *gay*. Komunitas ini merupakan kaum minoritas di Indonesia mengingat bahwa kaum homoseksualitas sangat menutup diri.

Hal ini dapat dilihat dari isu-isu yang beredar melalui beberapa tayangan infotainment bahwa sebagian kecil dari selebritis Indonesia dikatakan homoseksualitas, tetapi tidak ada satupun yang berani mengungkapkan statusnya dengan terbuka, karena sudah pasti bahwa masyarakat tidak dapat menerima keberadaan mereka.

Homoseksualitas adalah perasaan menyukai antara sesama jenis, perasaan ini dapat terjadi pada laki-laki. Kaum homoseksualitas ini sudah ada sejak lama, bahkan sejak zaman-zaman kerajaan kuno terdahulu. Homoseksualitas merupakan masalah yang kompleks, homoseksualitas menyangkut banyak aspek kehidupan manusia, menyangkut masalah sosial dan agama.

Menurut (Soecahar, 1987 : 12) memaparkan beberapa pendapat ahli tentang homoseksualitas. Chresser berpendapat bahwa homoseksualitas adalah percintaan antara orang-orang yang berkelamin sama, tidak selalu di sebabkan oleh orang yang cacat yang fudemental. Sedangkan Caprio memiliki pendapat bahwa homoseksualitas adalah gejala dari kekacauan saraf yang bersumber pada adanya hubungan dengan orang-orang yang sakit saraf, pendapat dari beberapa ahli tersebut sudah dapat mengungkapkan bahwa hubungan homoseksualitas memanglah hubungan yang menyimpang.

Manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupannya akan berinteraksi untuk membentuk sebuah standart nilai yang berupa norma untuk dijadikan

pedoman hidup. Dalam membentuk sebuah norma pastilah interaksi tersebut tidak selamanya berjalan lancar pasti juga tumbuh konflik dimana antar individu berbeda pendapat dalam menyatukan satu pemikiran. Untuk menghindari konflik tersebut tersebut, dibutuhkan suatu peraturan masyarakat seperti adanya norma sosial atau agama guna meminimalisir perilaku yang buruk yang nantinya akan merugikan dirinya maupun orang lain.

Namun demikian, perkembangan zaman yang semakin modern dan pengaruh budaya barat menyebabkan pergaulan manusia semakin tiada batas membuat banyak pelanggaran norma sosial dan penyimpangan perilaku. Salah satu bentuk penyimpangan norma asusila yang tumbuh dalam masyarakat adalah homoseksualitas.

Homoseksualitas di Indonesia, masih merupakan hal yang tabu dan sangat sulit diterima oleh masyarakat. Budaya timur yang melekat di masyarakat membuat hal ini menjadi sebuah masalah yang besar. Berbeda dengan di negara barat, khususnya negara Belanda, masyarakatnya telah menerima keberadaan kaum homoseksual dan menghalalkan pernikahan sesama jenis.

Dalam kehidupan sosialita di Indonesia dalam bidang pekerjaan kaum homoseksual saat ini sudah cukup banyak menguasai dunia pekerjaan. Awalnya masyarakat masih memandang tabu bidang pekerjaan kaum homoseksualitas tetapi semakin berkembangnya zaman masyarakat saat ini sedikit demi sedikit sudah mulai menerima setiap pekerjaan yang dilakukan oleh kaum homoseksualitas.

Peneliti ingin mengetahui bagaimana Humas dalam melihat proses interaksi kaum Homo seperti penyampaian pesan dan media yang digunakan oleh kaum Homo, karena sebagian besar tempat interkasi kaum Homo dijadikan simbol komunikasi dalam kehidupan sosialita di Indonesia. Selain itu Homoseksual mempunyai simbol-simbol dan karakteristik dari proses komunikasi mereka dalam

bersosialisasi di kehidupan sosialita di Indonesia. Kaum Homo juga mempunyai sisi lain yang mungkin saja berbeda dari masyarakat Heteroseksual. Lalu bagaimana seseorang bisa menjadi seorang Homo apakah dari faktor keluarga, faktor lingkungan atau mungkin sudah bawaan dari mereka lahir.

## 1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana peran Humas sebagai fasilitator dari proses komunikasi kaum Homoseksual ?
2. Bagaimana bentuk pesan yang digunakan oleh kaum Homoseksual dari Humas tersebut?
3. Media apa yang digunakan kaum Homo dalam menyampaikan pesan atau berinteraksi dalam kehidupan sosialita di Indonesia?

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan didalam latar belakang diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

"Bagaimana Peran Humas dalam Melakukan Proses Penyampaian Pesan Terhadap Kaum Homoseksual" Studi Kasus di Wilayah DKI Jakarta.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Melihat kondisi di atas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan mengenai homoseksual dari segi kesejarahan, karakteristik serta simbol interaksi komunikasi yang mereka gunakan.
2. Mengetahui ada tidaknya keberadaan homoseksual di dalam kehidupan sosialita di Indonesia.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah penelitian komunikasi lintas budaya terutama homoseksual.

## 1.5.2 Praktis

1. Memberi informasi mengenai keberadaan dan keadaan kaum homoseksual di Indonesia bagi pihak-pihak yang tertarik untuk memulai komunikasi dengan mereka.
2. Memperkaya kajian sosiologis mengenai fenomena homoseksual yang dewasa ini tidak terbatas pada wilayah atau negara tertentu saja, melainkan dapat menyebar di luar tempat asalnya secara cepat dan mudah berkat kemajuan bidang teknologi dan informasi.
3. Memberi masukan kepada para pengamat sosial serta masyarakat secara keseluruhan mengenai kaum homoseksual dalam kehidupan sosialita yang selama ini di pandang negatif.

## 2. KERANGKA TEORETIS

### 2.1 Komunikasi Sebagai Fenomena Budaya

Komunikasi adalah hubungan kontak antar manusia, baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari, disadari atau tidak, komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya melalui gerak dan tangis.

Manusia selain sebagai makhluk individu sekaligus juga sebagai makhluk sosial, ia tak mungkin menyendiri atau hidup dalam keterasingan, dalam situasi bagaimanapun ia akan berupaya untuk menjalin hubungan baik dengan manusia lainnya secara sosial, mereka memiliki dorongan ingin tahu, ingin maju dan berkembang.

Sedangkan komunikasi menurut (Effendy(b), 2001 : 67), "komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.



Komunikasi merupakan hal yang paling mudah, terutama disaat keadaan masyarakat mulai berkembang dengan pesatnya yang akhirnya menimbulkan berbagai macam kepelikan dan kompleksitas dalam mengadakan berbagai kegiatan interaksi ataupun hubungan sosial.

Untuk itu masuk akal apabila suatu ilmu terapan mengenai komunikasi mulai dipelajari agar terhindarnya berbagai pertanyaan-pertanyaan antar manusia yang akan menyebabkan salah pengertian (*miss communications*).

Perkembangan manusia secara terus-menerus akan menimbulkan suatu masa global yaitu bersangkut paut, mengenai dan meliputi seluruh dunia. Masa global itu dinamakan era globalisasi, arti proses masuknya ke ruang lingkup dunia. Dalam era globalisasi informasi, memiliki informasi sebagai kebutuhan hidup. Anggapan inilah, maka untuk menciptakan dan mendapatkan suatu informasi yang akurat, aktual dan universal maka diperlukan suatu teknik khusus dalam melaksanakan komunikasinya.

Menurut (Johnson, 1995 : 30), "Komunikasi diartikan sebagai pesan yang dikirimkan seseorang kepada satu atau lebih dengan maksud sadar untuk mempengaruhi tingkah laku si penerima. Dalam setiap bentuk komunikasi setidaknya dua orang saling mengirimkan lambang-lambang yang memiliki makna tertentu. Lambang-lambang tersebut bisa bersifat verbal berupa kata-kata, atau non verbal berupa ekspresi atau ungkapan tertentu dan gerak tubuh".

Dalam garis besarnya dapat diartikan bahwa komunikasi adalah penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dan komunikasi akan berhasil dengan baik bila kedua belah pihak yaitu si pengirim dan penerima pesan dapat memahami dan timbul saling pengertian. Hal ini tidak berarti kedua belah pihak menyetujui pesan tersebut. Dalam hal inilah dapat dikatakan bahwa komunikasi telah berhasil dengan baik.

Menurut (Susanto, 1986 : 22), "Komunikasi adalah sebagai kegiatan pengoperan lambang-lambang yang mengandung arti atau makna".

Para ahli komunikasi banyak merumuskan pengertian dari komunikasi, diantaranya adalah pendapat (Cral I Hovland, 2001 : 10), "Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain".

Jadi berdasarkan pendapat para ahli, maka penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dan menimbulkan suatu pengaruh tertentu. Dengan demikian, komunikasi mempunyai arti penting bagi hubungan antar manusia, karena memberi bentuk lahir dari pikiran seseorang, agar mudah dipahami dan dimengerti oleh orang lain. Sehingga setiap pesan, berita, laporan dan sebagainya dapat disampaikan dilaksanakan sesuai dengan yang diinginkan.

Model komunikasi yang sesuai diterapkan dalam penelitian ini adalah model Guddy Kunst dan Kim, yang berupa komunikasi antar budaya yang berlainan, atau komunikasi dengan orang asing. Menurut (William Gudykunst dan Kim, 2001 : 38), "*Komunikasi Sosial di Indonesia*, penyandian pesan dan penyandian balik pesan merupakan suatu proses interaktif yang dipengaruhi oleh filter-filter konseptual yang dikategorikan menjadi faktor-faktor budaya, sosial budaya, psikobudaya, dan faktor lingkungan".

## 2.2 Budaya

Budaya = *culture* berasal dari perkataan latin "*colore*" yang artinya mengolah, mengerjakan, menyuburkan dan mengembangkan dari segi arti ini berkembanglah arti *culture* sebagai "segala daya dan aktifitas manusia untuk mengolah dan mengubah alam".

Budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat, secara formal budaya di definisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan,

nilai, sikap, hirarki, agama, waktu peranan, hubungan ruang konsep alam semesta”.

Dari hasil definisi diatas dapat disimpulkan bahwa budaya adalah suatu tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, hirarji, norma, agama yang saling berhubungan didalam ruang konsep alam semesta.

Pendapat lain, bahwa kata budaya sebagai suatu perkembangan dari kata majemuk budidaya, yang berarti daya dan budi. Karena itu mereka membedakan antara budaya dan kebudayaan. Budaya adalah daya dari budi yang berupa cipta, rasa dan karsa kebudayaan adalah hasil dari cipta, rasa dan karsa.

Menurut (E.B Tailor, 1974 : 102), “kebudayaan adalah keseluruhan yang kompleks yang didalamnya terkandung ilmu pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kemampuan yang lain, serta kebiasaan yang didapat oleh manusia sebagai anggota masyarakat”.

Menurut (R. Linton, 1945 : 79), “kebudayaan adalah konfigurasi dari tingkah laku yang unsur-unsur pembentukan didukung dan diteruskan oleh anggota dari masyarakat tertentu”.

Menurut (C. Kluckhohn dan W.H Kelly, 1945 : 95), “kebudayaan sebagai hasil tanya jawab dengan ahli-ahli antropologi, ahli hukum, ahli psikologi, ahli sejarah, ahli filsafat dan lain-lain. Rumusan itu berbunyi bahwa kebudayaan adalah pola untuk hidup yang tercipta dalam sejarah yang eksplisit, implisit, rasional, irasional yang terdapat pada setiap waktu sebagai pedoman-pedoman yang potensial yang potensial bagi tingkah laku manusia”.

Dari definisi-definisi para ahli diatas penulis menyimpulkan bahwa arti dari kebudayaan adalah amat luas, yang meliputi kelakuan dan hasil kelakuan manusia, yang teratur oleh tata kelakuan yang harus didapatkan dengan belajar dan yang semuanya tersusun dalam kehidupan masyarakat.

## 2.2.1 Karakteristik Budaya

### 1. Komunikasi dan bahasa

Sistem komunikasi, verbal dan non-verbal, satu unsur yang membedakan satu kelompok dengan kelompok lainnya. Ada sekitar 15 bahasa utama atau lebih dan setiapnya terdapat dialek, logat, jargon dan ragam lainnya. Belum lagi gerak gerik bahasa tubuh yang mungkin universal namun beda makna secara lokal atau kultural.

### 2. Pakaian dan penampilan

Meliputi pakaian, perhiasan dan dandanan. Pakaian ini akan menjadi ciri yang menandakan seseorang berasal dari daerah mana. Atau ciri lukisan pada muka dan badan orang Papua atau orang Indian yang ada saat akan berperang menandakan keberanian.

### 3. Makanan dan kebiasaan makan

Ciri ini menyangkut hal dalam pemilihan, penyajian, dan cara makan. Dilarangnya seorang muslim untuk mengkonsumsi daging babi, tidak berlaku bagi mereka orang Cina. Orang Sunda terkesan senang makan tanpa alat sendok (tangan saja) akan terlihat kurang sopan bagi mereka orang – orang barat.

### 4. Waktu dan kesadaran akan waktu

Hal ini menyangkut pandangan orang akan waktu. Sebagian orang tepat waktu dan sebagian lain berpandangan merelatifkan waktu. Ada orang yang tidak mempedulikan jam atau menit tapi hanya menandai waktunya dengan saat matahari terbit atau saat matahari terbenam saja.

### 5. Penghargaan dan Pengakuan

Suatu cara untuk mengamati suatu budaya adalah dengan memperhatikan cara dan metode memberikan pujian bagi perbuatan-perbuatan baik dan berani, lama pengabdian atau bentuk-bentuk lain penyelesaian tugas.

### 6. Hubungan-Hubungan

Budaya juga mengatur hubungan-hubungan manusia dan hubungan-

hubungan organisasi berdasarkan usia, jenis kelamin, status, kekeluargaan, kekayaan, kekuasaan, dan kebijaksanaan.

#### 7. Nilai dan Norma

Berdasarkan sistem nilai yang dianutnya, suatu budaya menentukan norma-norma perilaku bagi masyarakat yang bersangkutan. Aturan ini bisa berkenaan dengan berbagai hal, mulai dari etika kerja atau kesenangan hingga kepatuhan mutlak atau kebolehan bagi anak-anak; dari penyerahan istri secara kaku kepada suaminya hingga kebebasan wanita secara total.

#### 8. Rasa Diri dan Ruang

Kenyamanan yang dimiliki seseorang atas dirinya bisa diekspresikan secara berbeda oleh masing-masing budaya. Beberapa budaya sangat terstruktur dan formal, sementara budaya lainnya lebih lentur dan informal. Beberapa budaya sangat tertutup dan menentukan tempat seseorang secara persis, sementara budaya-budaya lain lebih terbuka dan berubah.

#### 9. Proses mental dan belajar

Beberapa budaya menekankan aspek perkembangan otak ketimbang aspek lainnya sehingga orang dapat mengamati perbedaan-perbedaan yang mencolok dalam cara orang-orang berpikir dan belajar.

#### 10. Kepercayaan dan sikap

Semua budaya tampaknya mempunyai perhatian terhadap hal-hal supernatural yang jelas dalam agama-agama dan praktik keagamaan atau kepercayaan mereka.

### 2.3 Komunikasi Antar Budaya

Menurut (Tubbs Moss, 1996 : 56), "Komunikasi antar budaya adalah komunikasi yang terjadi di antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda (bisa beda ras, etnik atau sosial ekonomi atau gabungan dari semua perbedaan ini). Kebudayaan adalah cara hidup yang berkembang dan dianut oleh

sekelompok orang serta berlangsung dari generasi ke generasi". Komunikasi antar budaya memiliki akarnya dalam bahasa (khususnya sosiolinguistik), sosiologi, antropologi budaya, dan psikologi. Dari keempat disiplin ilmu tersebut, psikologi menjadi acuan utama komunikasi lintas budaya, khususnya psikologi lintas budaya. Pertumbuhan komunikasi antar budaya dalam dunia bisnis memiliki tempat utama, terutama perusahaan-perusahaan yang melakukan ekspansi pasar ke luar negaranya notabene negara-negara yang ditujunya memiliki aneka ragam budaya.

Selain itu, makin banyak orang yang berpergian ke luar negeri dengan beragam kepentingan mulai dari melakukan perjalanan bisnis, liburan, mengikuti pendidikan lanjutan, baik yang sifatnya sementara maupun dengan tujuan untuk menetap selamanya. Satelit komunikasi telah membawa dunia menjadi semakin dekat, kita dapat menyaksikan beragam peristiwa yang terjadi dalam belahan dunia, baik melalui layar televisi, surat kabar, majalah dan media *online*. Melalui teknologi komunikasi dan informasi, jarak geografis bukan halangan lagi kita untuk melihat ragam peristiwa yang terjadi di belahan dunia.

Menurut (Purwasito, 2003 : 44), "Komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Sebutan KLB (*cross culture*) sering digunakan untuk menyebut makna KAB (*interculture*), tanpa dibatasi konteks geografis, ras dan etnik. Karenanya, KLB didefinisikan sebagai analisis perbandingan yang memprioritaskan relativitas kegiatan kebudayaan. KLB umumnya lebih terfokus pada hubungan antarbangsa tanpa harus membentuk kultur baru sebagaimana yang terjadi dalam KAB".

Menurut (McLuhan, 1990 : 159), menyatakan bahwa dunia saat ini telah menjadi "Global Village" yang mana kita mengetahui orang dan peristiwa yang terjadi di negara lain hampir sama seperti

layaknya seorang warga negara dalam sebuah desa kecil yang menjadi tetangga negara-negara lainnya. Perubahan sosial adalah hal lain yang berpengaruh dalam komunikasi antar budaya adalah dengan makin banyaknya perayaan-perayaan budaya sebuah etnis dalam sebuah negara”.

Perbedaan budaya dalam sebuah negara menciptakan pola-pola komunikasi yang sama diantara anggota-anggota daerah dan etnis yang berbeda. Perusahaan-perusahaan yang memiliki cabangnya di luar negeri, tentunya merupakan syarat mutlak bagi para karyawannya untuk memiliki bekal pengetahuan yang cukup mengenai situasi dan kondisi budaya yang akan dihadapinya (*intercultural competence*), salah-salah jika mereka gagal berkomunikasi dengan budaya yang dihadapinya, perusahaan hanya akan bertahan dalam jangka waktu tidak terlalu lama.

Menurut (Gudykunst and Kim, 2003 : 49), mengkonsepkan fenomena komunikasi antar budaya sebagai sebuah transaksional, proses simbolik yang mencakup pertalian antar individu dari latar belakang budaya yang berbeda. “Kata kuncinya adalah proses”. Dalam wacana orang Swedia istilah *kulturmete* (*literally cultural encounter*) seringkali diartikan pada beberapa singgungan (atau pertentangan) antar budaya (seperti dalam literatur, gaya komunikasi, gaya manajemen, adat istiadat dan orientasi nilai). Namun demikian, beberapa pertemuan biasa dianalisis tanpa mempertimbangkan pada karakter prosesnya. Komunikasi antar budaya seharusnya, dapat sekedar sebuah pertemuan. Lebih lanjut, komunikasi antar budaya, oleh beberapa ilmuwan sosial dilihat sebagai sebuah disiplin akademik – data di katakan, satu cabang dari ilmu komunikasi, berubah dalam karakteristik ontologinya, epistemologi dan asumsi-asumsi aksiologi. Pada saat yang bersamaan, komunikasi antar budaya adalah sebuah lingkup studi yang berhubungan dengan berbagai disiplin ilmu

lainnya (seperti psikologi, psikologi sosial, sosiologi, pendidikan, studi media, antropologi budaya dan manajemen). Bagi ilmu-ilmu tersebut, komunikasi antar budaya dipandang sebagai objek studi atau sebuah permasalahan dalam bidang disiplin ilmu-ilmu tersebut.

Menurut (Damen, 2003 : 57), mendefinisikan komunikasi antar budaya sebagai “tindakan-tindakan komunikasi yang dilakukan oleh individu-individu yang didefinisikan dengan kelompok-kelompok yang menampilkan variasi antar kelompok dalam bentuk pertukaran sosial dan budaya. Pertukaran bentuk, ekspresi individu, adalah variabel-variabel utama dalam tujuan tatakrama, cara dan arti-arti yang mana proses komunikatif memberikan efek komunikasi antar budaya.

Menurut (Lustig and Koester’s, 2003 : 67) menyatakan adalah sebuah “proses simbolik yang mana orang dari budaya-budaya yang berbeda menciptakan pertukaran arti-arti”. Hal tersebut terjadi “ketika perbedaan –perbedaan budaya yang besar dan penting menciptakan interpretasi dan harapan-harapan yang tidak sama mengenai bagaimana berkomunikasi secara baik”.

Menurut (Jandt, 1995 ; 43), mengatakan komunikasi antar budaya tidak hanya berkomunikasi antar individu tapi juga di antara “kelompok-kelompok dengan identifikasi budaya yang tersebar. Ringkasnya komunikasi antar budaya menjelaskan interaksi antar individu dan kelompok-kelompok yang memiliki persepsi yang berada dalam perilaku komunikasi dan perbedaan dalam interpretasi. Beberapa studi mengenai komunikasi antar budaya menguji apa yang terjadi dalam kontak dan interaksi antar budaya ketika proses komunikasi mencakup orang-orang yang secara budaya tersebar. Sebuah permasalahan yang sama dalam komunikasi antar budaya muncul “ketika orang-orang yang menjelaskan dirinya sebagai kelompok yang berbangsa dan beretnis sama tidak mau melakukan

pertukaran ide-ide mengenai bagaimana menunjukkan identitas mereka dan tidak menyetujui norma-norma untuk interaksi”.

Untuk mencapai komunikasi antar budaya yang efektif, individu seharusnya mengembangkan kompetensi antar budaya merujuk pada keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapai komunikasi antar budaya yang efektif.

Jandt, mengidentifikasi empat keterampilan sebagai bagian dari kompetensi antar budaya, yaitu *personality strength, communication skills, psychological adjustment and cultural awareness*. Tidak dapat diragukan bahwa kompetensi antar budaya adalah sebuah hal yang sangat penting saat ini. Pendatang sementara kolektif disebut sebagai *sojourners* atau biasa kita kenal dengan istilah *ekspatriat*, yaitu sekelompok orang asing (*stranger*) yang tinggal dalam sebuah negara yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda dengan negara tempat mereka berasal.

Oberg (1960) menggunakan istilah *sojourners* untuk mengidentifikasi kesulitan-kesulitan yang muncul dari pembukaan lingkungan yang tidak dikenal. Kesulitan yang dialami oleh *sojourners* tidak sama. Beberapa variabel utama mencakup jarak antara budaya tempat mereka berasal dengan budaya tempat pribumi, jenis keterlibatan, lamanya kontak, dan status pendatang dalam sebuah negara.

Berdasarkan hasil beberapa penelitian mengatakan bahwa tinggal di negara orang lain tidak secara otomatis menggiring pada sikap positif terhadap negara tersebut. Bukti dalam penelitian seringkali muncul yang negatifnya dibandingkan dengan yang positifnya selama tinggal di negara orang lain, setidaknya di kalangan pelajar.

Komunikasi antar budaya menurut Samovar dan Porter merupakan komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya, misalnya suku bangsa, etnik, dan ras atau kelas sosial. Komunikasi antar budaya ini dapat dilakukan, maka kita dapat melihat bagaimana komunikasi dapat

mewujudkan perdamaian dan meredam konflik di tengah-tengah masyarakat.

Dengan komunikasi yang intens kita dapat memahami akar permasalahan sebuah konflik, membatasi dan mengurangi kesalahpahaman, komunikasi dapat mengurangi eskalasi konflik sosial. Menurut Charles E Snare bahwa usaha meredam konflik dan mendorong terciptanya perdamaian tergantung bagaimana cara kita mendefinisikan situasi orang lain agar kita dapat mencapai perdamaian dan kerjasama. Dalam berbagai kasus politik E Snare mengatakan “Kita perlu mengerti bagaimana letak bingkai rujukan para aktor politik dan darimana pikiran mereka berasal”.

Jadi dari penjelasan para ahli penulis menyimpulkan komunikasi antar budaya berarti kita mempelajari kebiasaan-kebiasaan setiap etnis, adat, agama, geografis dan kelas sosial di masyarakat kita. Dengan pemahaman tersebut kita mengkomunikasikan perbedaan-perbedaan tersebut dengan komunikasi antar budaya, guna menyelesaikan konflik melalui dialog yang baik antara lain dengan identifikasi perspektif budaya.

Hubungan Masyarakat atau juga dikenal dengan *Public Relations* memiliki fungsi yang menciptakan dan membina hubungan baik dengan khalayak atau antara segenap komponen pada suatu lembaga atau perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua itu bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan *Goodwill* (kemauan baik) publiknya serta memperoleh opini publik yang menguntungkan.

Khalayak atau publik yang menjadi sasaran dalam kegiatan humas dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu publik internal sebagai sasaran humas terdiri atas orang-orang yang bergiat didalam organisasi dan secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu, seperti pemimpin, karyawan dan pemegang saham publik

eksternal sebagai sasaran humas terdiri atas orang-orang atau anggota-anggota masyarakat diluar organisasi, baik yang ada kaitannya dengan organisasi, seperti pemerintah, masyarakat luas dan pers. Kegiatan dengan kedua publik tersebut bertujuan untuk mencari dukungan dari publiknya agar dapat meningkatkan citra dalam suatu lembaga,

Abdurrachman mendefinisikan *Public Relations* yang dikutip dari *International Public Relations Association* (IPRA) adalah "Fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (umum) untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka".

Menurut (Cutlip, Center dan Broom, 2001 : 36), "PR adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dengan berbagai publiknya".

Dari berbagai pengertian *Public Relations* diatas dapat ditarik konsep bahwa untuk memahami dan mengevaluasi berbagai opini publik atau isu publik yang berkembang terhadap suatu organisasi perusahaan. Dalam kegiatannya *Public Relations* memberi masukan dan nasihat terhadap berbagai kebijakan manajemen yang berhubungan dengan opini atau isu yang berkembang. Dalam pelaksanaannya *Public Relations* menggunakan komunikasi untuk memberi tahu, mempengaruhi dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik sasarannya.

Hal yang ingin dicapai dalam kegiatan *Public Relations* pada intinya adalah good image (citra baik), good will (niat baik), mutual understanding (saling pengertian), mutual confidence (saling mempercayai), mutual appreciation (saling menghargai), dan tolerance (toleransi) antara organisasinya dengan publiknya

sehingga dapat merubah sikap dan perilaku publik sesuai dengan yang diharapkan.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa Humas memiliki fungsi yang dikemukakan Cutlip dan Center serta Canfield yang dikutip oleh Onong Uchyana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, adalah sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan komunikasi.
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik internal maupun publik eksternal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada masyarakat.
4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Menurut Cutlip dan Center, *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian, pemahaman, dan dukungan dari publiknya. Pihak-pihak yang diwakili oleh seseorang *Public Relations Officer* (PRO) dapat mengambil bentuk yang beragam. Seseorang PRO dapat mewakili sebuah perusahaan, lembaga, negara, organisasi, produk, brand name ataupun bahkan seorang individual atau kelompok tertentu. Komunikasi yang efektif merupakan salah satu alat penting yang dapat membantu seseorang PRO untuk menjalankan fungsinya. Pengetahuan dan pemahaman mengenai karakteristik publik yang dituju dapat membantu PRO dalam berkomunikasi sehingga isi dan maksud suatu program kegiatan dapat dicapai sesuai dengan yang diinginkan.

**2.4 Komunikasi Antar Pribadi**

Menurut (Lilliweri, 1991 : 12)

Komunikasi antar pribadi merupakan pengiriman pesan-pesan dari seorang dan diterima oleh orang yang lain, atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang langsung.

Karakteristik komunikasi antar pribadi adalah :

1. Spontan dan terjadi sambil lalu saja (umumnya tatap muka), Tatap muka pada umumnya memiliki sebuah efek lebih kepada individu yang melakukan aktifitas komunikasi.
2. Terjadi secara kebetulan di antara peserta yang tidak mempunyai identitas yang belum tentu jelas
3. Berakibat sesuatu yang disengaja maupun tidak disengaja
4. Kerap kali berbalas-balasan
5. Pihak-pihak saling bergantung satu sama lainnya dalam proses komunikasi, Arus pesannya dua arah.
6. Harus membuahkan hasil
7. Menggunakan berbagai lambang-lambang bermakna.

Menurut (Effendy, 1986 : 15) hakikatnya komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara komunikator dengan seorang komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis, berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung. Komunikator mengetahui tanggapan komunikan ketika itu juga pada saat komunikasi dilancarkan. Komunikator mengetahui pasti apakah komunikasinya itu positif atau negatif, berhasil atau tidak. Jika tidak, ia dapat memberi kesempatan kepada komunikan untuk bertanya seluas-luasnya.

Menurut (Barnlund, 1968 : 19) ada beberapa ciri yang bisa diberikan untuk mengenal komunikasi antar pribadi, yaitu :

1. Komunikasi antar pribadi terjadi secara spontan
2. Tidak mempunyai struktur yang teratur atau diatur
3. Terjadi secara kebetulan
4. Tidak mengejar tujuan yang telah direncanakan terlebih dahulu
5. Identitas keanggotaannya kadang-kadang kurang jelas

Menurut (De Vito, 1976 : 12) mengemukakan suatu komunikasi antar pribadi mengandung ciri-ciri :

1. Keterbukaan (Openess), yaitu kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antar pribadi.
2. Empati (Empathy), yaitu merasakan apa yang dirasakan orang lain.
3. Dukungan (Supportiveness), yaitu situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif.
4. Rasa positif (positiveness), seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.
5. Kesetaraan atau kesamaan (Equality), yaitu pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Menurut (Rogers, 1988 : 78) ada beberapa ciri komunikasi yang menggunakan saluran antar pribadi adalah :

1. Arus pesan yang cenderung dua arah
2. Konteks komunikasinya tatap muka
3. Tingkat umpan balik yang terjadi tinggi
4. Kemampuan mengatasi tingkat selektivitas yang tinggi

5. Kecepatan jangkauan terhadap audience yang besar relatif lambat
6. Efek yang mungkin terjadi ialah perubahan sikap.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi yang paling efektif guna mendapatkan lebih jauh pemahaman dalam menyampaikan pesan baik verbal maupun non-verbal dari komunikator kepada komunikan agar didapat *feedback* dari tujuan penyampaian pesan tersebut.

### 2.5 Teori Perilaku Menyimpang

Ada beberapa tokoh yang mengemukakan mengenai pengertian perilaku menyimpang dalam buku Sosiologi yang ditulis oleh (Indiarto, 2004 : 35) diantaranya :

James Vander Zander mendefinisikan Perilaku menyimpang merupakan perilaku yang dianggap sebagai hal yang tercela dan di luar batas-batas toleransi oleh sejumlah besar orang.

Robert M.Z Lawang mendefinisikan Perilaku menyimpang adalah semua tindakan yang menyimpang dari norma-norma yang berlaku dalam suatu sistem sosial dan menimbulkan usaha dari mereka yang berwenang dalam sistem itu untuk memperbaiki perilaku tersebut.

Bruce J. Cohen mendefinisikan Perilaku menyimpang adalah setiap perilaku yang tidak berhasil menyesuaikan diri dengan kehendak-kehendak masyarakat atau kelompok tertentu dalam masyarakat.

Paul B. Horton mendefinisikan Penyimpangan adalah setiap perilaku yang dinyatakan sebagai pelanggaran terhadap norma-norma kelompok atau masyarakat.

Dari definisi-definisi diatas, pengertian perilaku menyimpang dapat disederhanakan sebagai setiap perilaku yang tidak sesuai dengan norma-norma yang ada dalam masyarakat. Perilaku ini bisa mempengaruhi kepribadian seseorang dalam melakukan proses komunikasi, dan

biasanya bisa memicu konflik sosial di masyarakat.

### 2.6 Proses Interaksi Simbolik

Proses = alat, bahan, dan prosedur yang dipakai manusia untuk menghasilkan bahasa rangkaian tindakan, pembuatan, atau pengolahan yang menghasilkan produk runtunan perubahan peristiwa dalam perkembangan sesuatu.

Menurut (Effendy(a), 1989 : 184) definisi simbolik adalah bersifat melambangkan sesuatu. Simbolik berasal dari bahasa Latin "Symbolic(us)" dan bahasa Yunani "symbolicos".

Menurut (Susanne K. Langer, 2008 : 92), dimana salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang, dimana manusia adalah satu-satunya hewan yang menggunakan lambang.

Menurut (Ernst Cassirer, 2008 :92), mengatakan bahwa keunggulan manusia dari makhluk lain adalah keistimewaan mereka sebagai animal symbolicum.

Menurut (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008 : 1066), definisi simbolis adalah sebagai lambing: menjadi lambang; mengenai lambang.

Dari hasil definisi diatas dapat disimpulkan bahwa proses simbolik adalah alat yang digunakan untuk menerangkan suatu lambang atau makna dari sebuah komunikasi yang dapat mengartikan sesuatu, guna memahami maksud dan tujuan dari komunikasi tersebut. Lambang untuk mengartikan sebuah makna dapat berbentuk komunikasi verbal atau non-verbal, lambang yang digunakan biasanya dapat dimengerti oleh masyarakat umum atau hanya beberapa komunitas untuk mengartikan sebuah makna yang tidak dapat dimengerti oleh masyarakat umum.

Dalam skripsi ini akan membahas proses interaksi simbolik yang digunakan oleh komunitas homoseksual bisa saja simbol yang digunakan dapat menjadi umum bila mereka menggunakan secara terbuka tidak hanya dimengerti oleh komunitas mereka tetapi dapat juga simbol



tersebut bersifat pribadi dimana makna yang terkandung bukan untuk masyarakat umum, karena kebanyakan dari komunitas menggunakan simbol yang bertujuan untuk memperlihatkan jati diri mereka dalam komunitas tersebut.

## 2.7 Homoseksual

Menurut (Oetomo, 2001 : 6) berpendapat Istilah Homoseks merupakan istilah yang diciptakan pada tahun 1869 yang mengacu pada psikoseksual yang berkonotasi klinis. Sifat atau orang yang homoseks dimanifestasikan dari gaya hidup tertentu. Homoseksualitas juga dapat didefinisikan sebagai orientasi atau pilihan seks yang diarahkan kepada seseorang atau orang-orang dari jenis kelamin yang sama atau ketertarikan orang secara emosional dan seksual kepada seseorang atau orang-orang dari jenis kelamin yang sama. Dengan demikian istilah homoseks dapat melibatkan laki-laki maupun perempuan yang menyukai sesama jenis. Namun demikian pada kenyataannya kaum homoseks biasanya lebih mengacu kepada kaum laki-laki yang menyukai sesama jenis dan jika hal itu terjadi pada kaum wanita maka disebut sebagai lesbian.

Menurut (Olson, 2000 : 10), berpendapat Homoseksualitas adalah kesenangan terus-menerus terjadi dengan pengalaman erotis yang melibatkan kawan sesama jenis, yang dapat atau mungkin saja tidak dapat dilakukan dengan orang lain atau dengan kata lain, homoseksualitas membuat perencanaan yang disengaja untuk memuaskan diri dan terlibat dalam fantasi atau perilaku seksual terhadap sesama jenis.

Dalam (Pedoman dan Penggolongan Diagnosis Gangguan Jiwa di Indonesia III, 1998 : 115), homoseksualitas dimasukkan dalam katagori gangguan psikoseksual, dan disebut sebagai orientasi seksual egodistonik, yaitu identitas jenis kelamin atau preferensi seksual tidak diragukan, tetapi individu mengharapkan yang lain disebabkan oleh gangguan psikologis serta perilaku serta

mencari pengobatan untuk mengubahnya. Artinya homoseksualitas dianggap suatu kelainan hanya bila individu merasa tidak senang dengan orientasi seksualnya dan bermaksud mengubahnya.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan, bahwa homoseksual adalah ketertarikan secara emosional atau kasih sayang, maupun secara erotik terhadap sesama jenis, dengan atau tanpa hubungan fisik. Manusia memiliki orientasi seksual yang berbeda-beda, sama uniknya dengan tiap kepribadian individu yang ada. Orientasi seksual manusia terbagi dalam homoseksual dan heteroseksual. Ditengah-tengah homoseksual dan heteroseksual terdapat sekelompok orang yang memiliki orientasi seksual gabungan antara unsur-unsur homoseksual dan heteroseksual, kelompok ini disebut biseksual.

Dalam penelitian mengenai homoseksualitas, tidak dapat dipungkiri bahwa ada banyak tipe homoseksual karena kelompok ini bukan hanya kelompok kecil, melainkan bentuk komunitas yang berasal dari berbagai lapisan masyarakat dan latar belakang. Menurut (Coleman, Butcher dan Carson, 1999 : 94), menggolongkan homoseksual ke dalam beberapa jenis yaitu :

### 1. Homoseksual Tulen

Jenis ini memenuhi gambaran *stereotipik* populer tentang lelaki yang keperempuan-perempuanan atau sebaliknya perempuan kelelaki-lakian. Sering termasuk juga kaum *transvestit* orang yang suka mengenakan pakaian dan berperilaku seperti lawan jenisnya.

### 2. Homoseksual malu-malu

Kelompok ini merupakan kaum lelaki yang suka mendatangi WC-WC umum atau tempat spa karena terdorong oleh hasrat homoseksual namun tidak mampu dan tidak berani menjalin hubungan personal yang cukup intim dengan orang lain untuk mempraktikkan homoseksualitasnya.

3. Homoseksual tersembunyi  
Kelompok ini biasanya berasal dari kelas sosial menengah dan memiliki status sosial yang dirasa perlu dilindungi dengan cara menyembunyikan identitas seksualnya. Homoseksualitas kelompok ini biasanya hanya diketahui oleh sahabat-sahabat karib, kekasih atau pasangan, atau orang yang tertentu yang jumlahnya sangat terbatas.
4. Homoseksual situasional  
Kelompok ini dikatakan demikian karena terdapat aneka jenis situasi yang dapat mendorong orang mempraktikkan homoseksualitas tanpa disertai komitmen yang mendalam, misalnya penjara atau medan perang. Biasanya kelompok ini kembali mempraktikkan homoseksualitasnya setelah keluar dari situasi tersebut.
5. Biseksual  
Kelompok ini adalah orang-orang yang mempraktikkan homoseksualitas dan heteroseksual secara sekaligus.
6. Homoseksual Mapan  
Kelompok ini adalah kaum homoseksual yang menerima keadaan homoseksual, memenuhi aneka peran kemasyarakatan secara bertanggung jawab dan mengikatkan diri kepada komunitas homoseksualitas setempat.

Dari beberapa pendapat para ahli mengenai komunitas dan homoseksual peneliti menyimpulkan bahwa komunitas homoseksual adalah kelompok sosial yang memiliki persamaan dalam berperilaku, menyukai dan memiliki ketertarikan perasaan yang intim terhadap sesama jenis individu tanpa ada perasaan ragu untuk menyampaikan atau menunjukkan diri sebagai kaum homoseksual dan saling berinteraksi menggunakan simbol lambang yang mempunyai makna bagi komunitas mereka.

**2.8 Citra Homoseksual di Masyarakat**  
Menurut Verkuyten, gagasan tentang identitas adalah hubungan antara individu dengan lingkungannya. Adanya identitas dapat lebih memudahkan manusia menggambarkan keberadaan sesuatu sehingga dapat memberikan kemudahan manusia untuk bertindak. Manusia adalah makhluk yang bertanya akan dirinya. Makhluk yang harus mencari identitas dirinya. Makhluk dengan kesadaran di manakah seharusnya dia berada. Keadaan tersebut tidak terjadi pada makhluk-makhluk lainnya, hewan, tumbuhan dan lingkungan sekitarnya. Ketika manusia bertanya akan dirinya, disitulah sebenarnya manusia telah berupaya membedakan dirinya dengan yang lain. Dalam perbedaan tersebut timbul pula identitas aku, mereka dan yang lain. Manusia sebagai pribadi tidak memasukkan dirinya sebagai suatu kesatuan individu seperti homoseksual dapat membungkusnya ke dalam satu kesatuan individu saja, yang tidak pernah bersinggungan dengan lingkungan. Ketika kita membicarakan identitas di situ juga kita membicarakan kelompok.

Menurut (Tajfel, 1998 : 78), mendefinisikan Identitas sosial sebagai pengetahuan individu di mana dia merasa sebagai bagian anggota kelompok yang memiliki kesamaan emosi serta nilai.

Berdasarkan kedua definisi ahli tersebut penulis menyimpulkan Identitas adalah gambaran perilaku seseorang untuk lebih memudahkan hubungannya antar individu, agar dapat memiliki kesamaan emosi serta nilai.

Identitas sosial juga merupakan konsep diri seseorang sebagai anggota kelompok. Identitas bisa berbentuk kebangsaan, ras, etnik, kelas pekerja, agama, umur, jenis kelamin, suku, keturunan, dll. Biasanya, pendekatan dalam identitas sosial erat kaitannya dengan hubungan *interrelationship*, serta kehidupan alamiah masyarakat dan sosial.

Konsep identitas sosial sebenarnya berangkat dari asumsi umum :

1. Setiap individu selalu berusaha untuk merawat atau meninggikan *self-esteemnya* mereka berusaha untuk membentuk konsep diri yang positif.
2. Kelompok atau katagori sosial dan anggota diri mereka berasosiasi terhadap konotasi nilai positif atau nilai negatif. Karenanya, identitas sosial mungkin positif atau negatif tergantung kelompok tersebut yang memberikan kontribusi pada identitas sosial individu.
3. Evaluasi dari salah satu kelompok adalah berusaha mendeterminasikan dan juga sebagai bahan acuan pada kelompok lain secara spesifik melalui perbandingan sosial dalam bentuk nilai atribut atau karakteristik.

Menurut (Sarben & Allen, 1998 : 82), identitas sosial juga berfungsi sebagai pengacu keberadaan posisi seseorang berada di mana dia. Berada di tingkatan mana kita berada, posisi seperti apa saja yang keberadaannya sama dengan kita dan mana juga berbeda, teori identitas sosial melihat bahwa suatu identitas sosial selalu mengklarifikasi dirinya melalui perbandingan, tapi secara umumnya, perbandingannya adalah antara in-groups dan out-groups. In-groups biasanya secara stereotype positif sifatnya, selalu lebih baik dibandingkan out-groups.

Dapat dipahami bahwa, Homoseksual mempunyai citra yang tidak terlalu baik di mata masyarakat ini bisa dilihat dari banyaknya kasus negatif yang sebagian besar dilakukan oleh kaum Homo. Seperti kasus pembunuhan yang dilatar belakangi oleh rasa kecemburuan sesama Homo, selain itu ada perilaku yang terlalu sensitif terhadap dirinya sendiri yang dimana sifat seperti ini dapat menjauhkan diri kaum Homo terhadap pergaulan. Ditambah dengan Orientasi seks yang menyalahi kodrat mungkin masyarakat akan menolak secara frontal

kaum Homo. Seperti apapun sikap yang ditunjukkan oleh mereka yang gay, masyarakat akan tetap merasa waspada. Takut jika sewaktu-waktu mereka bisa berbuat hal yang tidak-tidak. Akhirnya masyarakat menjadi phobia dengan kata-kata "Homo".

Tetapi tidak semua Homo seperti ini karena Homo juga manusia pasti dia memiliki sisi positif dalam berkehidupan di masyarakat, karena seorang Homo pun ingin hidup tentram nyaman sebagaimana masyarakat pada umumnya. Kaum Homo pasti sangat menyadari bagaimana citra mereka di mata masyarakat maka dari itu beberapa kaum Homo ingin berbuat positif dalam perilakunya agar tidak menambah citra negatif dari masyarakat.

### 3. Metodologi

#### 3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Menurut (Ronald E. Walpole, 1997 : 15) metode deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna.

Informasi tersebut berupa deskripsi data mengenai sifat-sifat atau karakteristik suatu individu keadaan atau gejala suatu kelompok tertentu. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung.

Metode atau pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif menurut (Lexy J Moeleong, 2001 : 27), didefinisikan sebagai penelitian yang lebih banyak mementingkan segi makna atau proses.

Penelitian yang menggunakan penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam dan tidak untuk membuat

generalisasi, melainkan untuk membuat penjelasan mendalam atau ekstrapolasi atas objek tersebut.

Penelitian kualitatif berupaya membangun pemahaman dan penjelasan atas perilaku manusia sebagai makhluk sosial berbeda dengan penelitian kuantitatif yang bertujuan memperoleh teori-teori atas hukum-hukum hubungan sebab dan akibat yang general memungkinkan peneliti melakukan prediksi dan pengendalian seperti yang dilakukan pada penelitian ilmu alam. Dalam proses serta teknik pencarian dan pengumpulan data pada penelitian ini, penulis lebih menekankan kepada metode *In-Depth Interview* (Wawancara mendalam) dan *Observasi* (Pengamatan) langsung realitas-realitas yang ada.

### 3.2 Analisa Data

Analisa data yang digunakan untuk penelitian ini adalah analisis data kualitatif dimana data didapat melalui proses wawancara, observasi langsung dan juga studi kepustakaan yang kemudian didapat sebuah hasil analisis, tanpa melupakan pemeriksaan keabsahan data. Data tersebut di hasilkan dari proses wawancara dengan para key dan informan serta dengan mendatangi beberapa tempat yang di jadikan simbol interaksi kaum Homo selain itu peneliti juga mencari referensi dari beberapa website yang dijadikan proses komunikasi kaum Homo dalam kehidupan dunia maya.

Data-data tersebut kemudian disimpulkan berdasarkan realitas yang ada, dan selanjutnya hasil-hasil data tersebut disajikan dalam bentuk abstraksi dengan hasil penelitian yang dijelaskan dan diinterpretasikan dalam bentuk uraian naratif, sehingga akan didapat sebuah kesimpulan yang dapat mendeskripsikan kahidupan sosial kaum homoseksual di Indoensia.

## 4. PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Lokasi Interaksi Kaum Homoseksual

#### 4.1.1 Tempat Hiburan Malam

Disalah satu mall di Senayan terdapat tempat hiburan malam yang menjadi tempat favorit dan sering di kunjungi oleh kaum "Homoseksual" karena ditempat tersebut terdapat berbagai "jenis Homoseksual" yang memperlihatkan jati dirinya. Berbagai macam profesi bisa di temui di tempat ini, dan kebanyakan dari mereka saling mengenal satu sama lain sehingga dapat dengan mudah mendapatkan teman baru atau pasangan baru. Rata-rata dari kaum Homoseksual saling menunjukkan jati diri mereka dan berlomba-lomba menonjolkan kelebihan yang mereka punya.

Hiburan malam adalah salah satu kegiatan sosialita yang dilakukan kaum Homoseksual untuk melepas rasa penat setelah bekerja dan salah satu cara dalam menjalin relasi untuk hubungan pertemanan atau pekerjaan. Saat ini kebanyakan dari kaum Homoseksual tersebar di tempat hiburan malam, karena salah satu faktor mereka terjun ke dalam kehidupan sosialita adalah agar bisa *eksis* dan hampir 90% orang-orang yang bergelut di dunia malam bisa menerima keberadaan kaum Homoseksual.

#### 4.1.2 Apartemen

Tempat tinggal yang satu ini banyak diminati oleh kaum Homoseksual karena tempatnya yang eksklusif dan sangat *privasi*. Kebanyakan dari kaum Homoseksual bertempat tinggal dikawasan apartemen bilangan Sudirman, di karenakan tempat ini dekat dengan kawasan perkantoran bagi mereka yang kerja, juga tempat kuliah dan tempat berolahraga (*gym*) dan tempat hiburan.

Apartemen di identikkan dengan gaya hidup yang *high* untuk sebagian masyarakat umum, maka dari itu kaum Homoseksual yang bisa tinggal dikawasan ini merasa lebih dalam hal materi. Kaum Homoseksual yang tinggal di tempat ini

biasanya lebih bebas dalam mengekspresikan dirinya dibanding lingkungan rumahan atau kos-kostan. Bisa dilihat dari gaya berpakaian mereka yang sangat eksentrik dibanding pria umum lainnya, seperti mewarna rambut, memakai celana "daleman" pendek berwarna cerah dan *tanktop*, dengan menggenggam *gedget branded* atau *handphone* dan dompet. Biasanya gaya berpakaian seperti ini sudah menjadi hal yang lumrah dalam kehidupan di apartemen, karena disini penghuni yang tinggal tidak saling kenal bahkan bersikap acuh-tak acuh. Jadi untuk kaum Homoseksual lokasi ini merupakan tempat yang sesuai untuk mereka menjalani kehidupan.

Lingkungan yang bebas dan rasa sosial yang kurang aktif di apartemen jadi kebanyakan Homo memfavoritkan apartemen sebagai tempat yang privasi untuk mereka menjalin hubungan yang lebih intim. Tapi bagi Homoseksual yang memiliki keterbatasan materi kost-kostaan tetap memiliki daya tarik tersendiri.

#### 4.1.3 Tempat Olahraga (Gym)

Dalam keseharian selepas bekerja masyarakat biasanya meluangkan waktu sejenak untuk berolahraga, walaupun hanya sejam dua jam tapi banyak manfaat yang bisa dirasakan. Selain kesehatan yang didapat juga bisa merefleksikan saraf-saraf yang tegang karena kesibukan pekerjaan yang menyita. Biasanya masyarakat pergi ke tempat-tempat olahraga yang bersifat rutin seperti tempat gym di mal-mal ternama di Jakarta.

Sebagian besar kaum Homoseksual ke tempat gym tak hanya sebagai tempat untuk berolahraga tetapi juga sebagai tempat mendapatkan teman baru sesamanya atau untuk mencari pasangan. Tempat gym menjadi tempat yang favorit dan banyak diminati oleh kaum Homoseksual, karena di tempat ini kebanyakan kaum lelakinya adalah gay, bisa dilihat dari beberapa instrukturnya maupun marketingnya. Tempat gym yang

privat dan terdiri dari kalangan masyarakat yang *high* memilikinya kenyamanan tersendiri oleh kaum Homoseksual. Kebanyakan dari mereka lebih memilih untuk datang sendiri ke tempat dibanding mereka berkomunitas atau sesama pasangannya.

Bagi kaum Homoseksual yang *high* cenderung mereka lebih menjaga *image* agar tidak terlalu memperlihatkan kalau mereka seorang Homo, beda dengan Homo yang lebih memperlihatkan bahwa dia seorang Homo dengan perilaku yang lebih ekstrim, seperti memperhatikan secara langsung, lalu berkenalan dan meminta nomor telepon atau pin bb (*blackberry*). Setelah cara perkenalan seperti ini biasanya mereka melanjutkannya ke tahap yang intim seperti di tempat sauna, dan kebanyakan yang Homoseksual yang *high* mereka berani berkenalan di tempat ini juga.

#### 4.1.4 Mall di Jakarta

Salah satu tempat hiburan mall yang terkenal di pusat Jakarta merupakan tempat yang paling favorit di kunjungi oleh masyarakat umum selain bisa berbelanja juga bisa menjelajahi berbagai macam tempat kuliner yang memanjakan lidah. Ini juga yang dipilih oleh kaum Homoseksual dalam bersosialisasi di kehidupan sosialita, seperti kumpul-kumpul dengan komunitasnya atau hanya sekedar jalan *hangout* dengan pasangannya. Di tempat ini biasanya mereka cenderung lebih bersosialisasi dengan masyarakat umum dan melakukan hal-hal yang biasa dilakukan juga oleh masyarakat umum tidak terlalu mengidentikkan diri mereka sebagai seorang Homoseksual.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Penggunaan Simbol-simbol Dalam Proses Komunikasi

Dalam menyampaikan pesan atau berkomunikasi setiap masyarakat pasti menggunakan simbol-simbol verbal seperti berbicara sedangkan nonverbal seperti bahasa tubuh gerak-gerik dan penampilan.

Ini juga yang digunakan oleh kaum Homoseksual dalam berkomunikasi di kehidupan sosialita. Mereka mempunyai berbagai macam cara yang dapat menunjukkan bahwa mereka merupakan kaum gay. Kebanyakan masyarakat umum sudah dapat melihat dan paham dengan simbol-simbol yang mereka gunakan. Simbol-simbol tersebut yaitu :

1. Bahasa dalam berbicara

Setiap kaum Homoseksual mempunyai cara berbicara yang beraneka ragam, bisa dilihat dari cara dia berbicara dengan logat ngondek dalam arti kemayu seperti kewanita-wanitaan sedangkan ada juga Homo yang berbicara *menly* seperti pria pada umumnya dan ada juga yang berbicara dengan nada keras mengikuti logat dari daerahnya.

Kaum Homo yang biasa berbicara kemayu seperti wanita biasanya ini jenis Homo yang berperan sebagai wanita dalam berpacaran atau berhubungan intim, sedangkan Homo yang berbicara keras atau lantang seperti pria umumnya dia berperan sebagai pria dalam berhubungan. Tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa mereka sama kedudukannya berperan sebagai wanita dengan wanita, atau pria dengan pria. Biasanya ini timbul dari imajinasi seks mereka.

Kaum Homo dalam berbicara biasanya melihat situasi tempat dan kondisi dimana mereka berada, tidak semua bahasa yang suka digunakan dalam berkehidupan sehari-hari mereka gunakan juga dalam bekerja. Bila mereka dalam situasi dimana mereka sedang menjalin hubungan formal dengan relasi kerja mereka akan menggunakan bahasa yang umum digunakan itu juga cara mereka menutupi jati diri mereka sebagai kaum Homoseksual, tetapi

bila sudah berada dengan lingkungan sosial dimana orang-orang sudah paham dan mengerti kepribadian mereka dan bahasa yang digunakan mereka cenderung membuka diri mereka sebagai seorang Homo tapi tetap membatasi diri sesuai norma atau aturan pergaulan. Sekarang ini juga masyarakat cenderung sudah banyak yang mengikuti bahasa yang biasa digunakan Homo dan itu sebagai identik bahasa pergaulan jaman sekarang jadi terjadang tanpa disadari masyarakat umum sudah mulai dapat menerima keberadaan kaum Homoseksual.

2. Gaya penampilan

Kaum Homoseksual identik dengan penampilan *cowo metroseksual* yang modis dan sangat memperhatikan *style*. Kebanyakan dari mereka lebih antusias dibanding pria pada umumnya dalam berbelanja dan memperhatikan gaya penampilan yang baru dan unik. Mereka cenderung mengikuti modernisasi gaya baru dan yang sedang tren.

Sekarang ini kaum Homo selalu di identikkan dengan kaos berleher V *Vinex "V"* kaos ini menjadi ini sejak tahun dua ribuan setelah presenter terkenal Olga Syahputra mengenakan kaos tipe ini di berbagai acara TV, dan olga sendiri sudah di identikkan oleh masyarakat umum sebagai seorang pria yang bersifat kewanitaan. Rata-rata pria yang mempunyai sifat normal enggan menggunakan kaos bertipe V ini mereka lebih suka menggunakan *poloshirt* atau kaos bermotif *badboys* atau baju bola sedangkan kaum Homoseksual jarang sekali menggunakan baju-baju jenis ini. Kebanyakan dari mereka menyukai kaos yang berbahan tipis lalu berkerang lebar, mempunyai motif atau warna yang

cenderung feminin lalu menggunakan celana jeans skin yang ngatung dengan sepatu flatshoes berbahan.

Model pakaian seperti ini sering sekali digunakan oleh kaum Homoseksual. Ada juga yang berpakaian yang hanya memakai *tanktop* atau daleman kaos lengan buntung dan celana pendek. Sedangkan dari wilayah aksesoris tidak jauh dengan pria lainnya seperti jam tangan tidak bermerk khusus, rambut juga sama semua tergantung selera masing-masing. Tetapi yang paling menunjukkan bahwa dia sudah pasti gay dari segi aksesoris adalah anting, gay identik memakai anting sebelah kanan sedangkan pria normal memakai anting sebelah kiri. Lalu bila dilihat dari gaya tas yang biasa di gunakan, kaum Homo cenderung memakai tas-tas yang mengesankan eksklusif dari salah satu branded dengan bahan kulit, dan menggunakannya di jinjing atau di selempang bahu.

### 3. Bahasa tubuh

Kaum Homoseksual dalam berkomunikasi dan berinteraksi mempunyai radar tersendiri atau kode yang membuat mereka saling mengetahui apakah pria tersebut seorang gay atau bukan. Hasil wawancara yang saya dapat bahwa salah satu narasumber mengatakan bahwa, "seorang pria tidak mungkin melihat mata ketemu mata secara beberapa detik" pendapat itu mengidentifikasi bahwa yang melakukan itu adalah seorang Homoseksual, karena bagi pria normal kemungkinan memperhatikan pria lain dengan mata ketemu mata itu sangat jarang, paling hanya melihat penampilan pria lain lalu tidak meninggalkan kesan mendalam, sedangkan pria yang berani menatap mata pria lain selama

beberapa detik itu hanya dilakukan oleh seorang gay.

Dalam hal berpacaran seorang gay tidak bisa terlalu ekspresif dibandingkan dengan gaya berpacaran masyarakat pada umumnya, karena mereka masih menutupi atau menghormati budaya timur di Indonesia. Biasanya mereka menunjukkan ekspresi pacaran mereka ditempat-tempat yang lebih privasi seperti club malam atau di resto. Lalu cara dia berjalan lebih kemayu dibandingkan lelaki normal pada umumnya, ini jelas bisa dilihat dan diperhatikan.

### 1.2.2 Penggunaan Media Informasi

Dalam berkomunikasi menyampaikan informasi baik dalam berinteraksi dengan kalangan sosialita kaum Homoseksual biasanya menggunakan barang-barang yang sama dengan masyarakat pada umumnya. Dia menggunakan atribut komunikasi yang lagi trend seperti Blackberry, iPad, iTouch, laptop yang dimana hampir semuanya juga dipakai oleh masyarakat pada umumnya, tidak ada yang berbeda semuanya umum. Tapi biasanya kaum Homo tidak mau kalah saing dengan kaum sejenisnya atau kepada teman-temannya, mereka cenderung lebih menonjolkan sesuatu yang mereka punyai lebih agar berkesan *highclass*.

Media saat ini sudah mempunyai beragam kegunaan yang lebih di bandingkan terdahulu semakin kesini media telekomunikasi semakin canggih ini juga yang menjadi cara kaum Homoseksual dalam menampilkan sesuatu yang lebih dari dirinya, seperti memiliki alat telekomunikasi yang *branded*. Penulis bertanya media apa yang digunakan anda sebagai seorang Homoseksual dalam kehidupan Sosialita di Indonesia? Adit menjawab

"banyak sih kalau sekarang kalau dulu masih tertutup yah orang-orang sekarang udah banyak kaya

*jejaring sosial kaya manjam kaya GRINDR yang saya tahu sih ya kaya jackD terus gayromeo, kalau media publik engga yaa soalnya kan disana banyak orang-orang kerja juga ya apa namanya ada klien juga ada orang-orang kerjalah jadi tidak dilakukan di facebook, kalau bbm gedget saya gunakan”, Romy menjawab “sama aja sih media yang di gunakan tapi kalau khusus gay ada kaya yang membantu kita untuk kita dapetin komunitas kita kaya manjam, JakD, GRINDR segala macem cuman gw ga mau terlalu memfokuskan diri gw supaya gw bertemen satubsama gay doang gw lebih suka gw bertemen sama siapa aja siapapun tanpa harus memakai media yang gay gitu gw bakal monoton dong hidup gw kayanya bener-bener gay banget kaya gitu”,*

Randy menjawab

*“banyak sih bisa bbm-an bisa internetan bisa YM-an bisa apalah sekarang bisa ditemuin karena pertama saya begitu kan karena dari internet pertama terbuka sampai akhirnya sekarang juga apa-apa tahu dari internet”, Michelle menjawab “sama yah, saya mendapatkan pria yang menyukai ladyboy itu menggunakan internet, kalau sosial media khusus seperti web nya yah berisi ladyboy semua jadi pria-pria yang suka pada ladyboy itu bisa menghubungi ladyboy disitu”.*

Kaum Homoseksual menggunakan media dalam berkomunikasi menyampaikan pesan sama dengan msyarakat pada umumnya mengikuti *trend* atau perkembangan jaman yang berbeda hanya dari internet yaitu webbsite apa yang biasa digunakan oleh kaum Homoseksual dalam menambah pertemanan yang sejenis dengan mereka

atau mencari pasangan yang sejenis dengan mereka dan ada juga yang webbsite yang dapat diakses untuk mencari pekerjaan bagi soerang transeksual sebagai ladyboy escort (lihat pada lampiran).

#### 4.2.3 Cara Homoseksual dalam Menyesuaikan Perilakunya dengan Budaya di Indonesia

Budaya timur di Indonesia masih sangat memegang norma sosial dan agama yang berlaku, bila melanggarnya akan mendapat sanksi sosial dari masyarakat. Kaum Homoseksual tidak bisa semabarangan dalam berperilaku di kehidupan sehari-hari mereka lebih cenderung menutup diri walaupun gerak-gerik mereka kelihatan dan di mengerti oleh masyarakat.

Kaum Homoseksual lebih menjaga norma yang berlaku di masyarakat agar dapat menjalankan kehidupannya secara normal, walaupun terkadang mereka suka mendapat cibiran atau ejekan dari orang normal. Perilaku seperti ini cenderung membuat kaum gay lebih bersikap lebih peka terhadap suatu keadaan atau situasi dimana mereka berada, dan lebih mempunyai perasaan yang jauh lebih sensitif di bandingkan pria pada umumnya.

Sikap seperti ini membuat kaum gay menjadi lebih termotifasi untuk maju agar mendapat penilaian positif dari masyarakat. Ada yang bekerja di dunia perkantoran dengan berbagai macam prestasi ada juga yang berbisnis mengelola suatu bidang usaha bahkan ada juga yang bekerja dibidang pelayanan masyarakat bisa dilihat dari data narasumber informan.. Selain itu kaum homoseksual saat ini bisa dilihat kreasi dan karyanya lewat berbagai ciptaan busana yang bernilai prsetis dan dapat dimanfaatkan semua masyarakat umum, dengan kata lain dengan prestasi mereka yang seperti ini mereka menyesuaikan tingkah laku mereka agar dapat diterima baik oleh masyarakat umum dan tanpa disadari dengan masyarakat menggunakan jasa mereka



masyarakat secara perlahan sudah bisa menerima keberadaan mereka walaupun belum secara mayoritas.

Kaum Homoseksual juga membatasi tingkah laku mereka dengan tidak mengumbar kemesraan depan umum dengan pasangannya karena menghormati budaya timur di Indonesia, bisa dilihat dengan jarangny kaum Homoseksual yang menunjukkan rasa pacarannya dengan berpegangan tangan atau merangkul pasangannya di lingkungan sosial, ini merupakan bentuk saling menghargai batasan norma yang ada di Indonesia.

#### 4.2.4 Nilai Positif Kaum Homoseksual

Kebanyakan masyarakat umum sudah menilai negatif kaum Homoseksual itulah faktor yang membuat masyarakat belum bisa menerima keberadaan kaum Homoseksual tetapi dari hasil wawancara saya dengan salah satu narasumber bernama Michelle yang berprofesi sebagai ladyboy escort dia mempunyai sikap yang positif sebagai seorang Homoseksual transeksual dia sering melakukan kegiatan infaq atau bersifat sodaqoh kepada kaum-kaum yang membutuhkan. Pekerjaannya sebagai seorang ladyboy dia bisa dengan mudah mendapatkan pundi-pundi rupiah dalam waktu singkat. Selain tujuan utamanya untuk membantu kebutuhan ekonomi keluarganya dan tentunya kehidupan dia sendiri tetapi dia tidak melupakan menyisihkan sebagian besar uangnya untuk orang-orang yang kurang mampu.

Biasanya Michelle mengunjungi salah satu tempat panti sosial di Jakarta dan di kampungnya untuk menyalurkan hasil uang dia bekerja. Memang sangat jarang sekali kaum Homoseksual yang melakukan kegiatan seperti ini terlebih lagi seorang transeksual. Selain itu dia juga berprofesi sebagai Disc Jockey (DJ) di beberapa tempat hiburan malam di Jakarta, ini dilakukannya untuk mengubah image seorang transeksual atau Homoseksual yang tidak baik menjadi

berniali positif. Dia ingin membuktikan bahwa tidak semua transeksual itu bersikap negatif.

#### 4.2.5 Humas Dalam Melihat Kelompok Kaum Homoseksual Berinteraksi di Tempat Umum

Tempat untuk bersosialisasi dan berinteraksi dalam kehidupan masyarakat sedikit banyak di kunjungi oleh kaum Homo untuk melakukan aktifitas yang sama. Kaum Homo biasanya menunjukkan jati diri mereka senyaman mungkin, ada beberapa tempat yang biasanya menjadi simbol terbanyak kaum Homo datang seperti tempat hiburan malam dan tempat gym. Tempat-tempat ini pasti mempunyai seorang Humas yang dapat memantau menjalankan suatu jasa atau produk yang terdapat di tempat ini.

Peneliti berdiskusi dengan Dua orang Humas masing-masing tempat, yaitu di tempat hiburan malam dengan Cello usia 30 tahun sebagai Marketing Officer dan tempat olahraga (*gym*) dengan Gunawan usia 28 tahun sebagai General Relation Officer. Disini peneliti bertanya mengenai bagaimana Humas tersebut dalam memandang pengunjung yang hadir menikmati pelayanan dari tempat mereka yang dimana kebanyakannya ada kaum Homo.

Di dapat hasil, untuk Humas di tempat hiburan malam sangat tidak mempermasalahkan kaum Homo yang datang di karenakan bagi tempat hiburan malam sangat dibutuhkan seorang Homo karena kaum Homo mempunyai teman wanita yang lebih banyak di punya dari kaum pria pada umumnya, apalagi teman wanita dari kaum Homo biasanya berpenampilan dan mempunyai sesuatu materi yang lebih atau *high*. Dilihat dari segi ini sangat di butuhkan sekali kaum Homo agar bisa meningkatkan penjualan produk minuman atau makanan di tempat hiburan malam. Humas di tempat hiburan tersebut tidak merasa terganggu selama mereka memiliki sikap sewajarnya pada saat menikmati suasana malam di tempat

ini, mungkin dengan adanya mereka tempat hiburan malam menjadi sedikit lebih gemerlap selain dari sisi kewanitaannya. Beda dengan tempat hiburan yang memang pengunjungnya hanya kaum Homo itu beda cerita, pasti mereka mempunyai target market tersendiri.

Sedangkan Humas di tempat olah raga (*gym*) melihat kaum Homo dalam mengunjungi tempat mereka, sudah tidak tabu lagi di karenakan rate pria yang rutin mendatangi tempat *gym* sebagian besar adalah kaum Homo. Di tempat *gym* sudah sangat terbiasa dengan hal itu, hanya saja tempat *gym* ini mempunyai peraturan dimana berisi mengenai beberapa pemahaman dalam menggunakan fasilitas pribadi di tempat seperti sauna atau toilet. Disini fasilitas sauna terbuka secara publik dalam arti tidak digunakan oleh satu orang satu tapi secara bersama-sama jadi menurut Humas disini tidak mungkin mereka kaum Homo melakukan tindakan asusila di tempat *gym* tersebut terlepas mereka mempunyai kepribadian yang agak nekat karena itu semua balik ke individu masing-masing. Tempat ini sudah di design secara publik dan transparan bila ada kaum Homo yang memanfaatkan tempat *gym* sebagai ajang untuk mencari pasangan atau selebihnya itu tidak bisa kami hentikan karena ada azas privasi bagi customer di tempat *gym* itu sendiri.

#### 4.3 Pembahasan

Penulis juga melakukan observasi langsung ke tempat-tempat yang biasa di kunjungi oleh kaum Homoseksual seperti tempat hiburan malam, tempat *gym* dan apartemen. Kaum Homoseksual dalam berkegiatan sosial atau menjalin hubungan pertemanan dan mencari relasi pekerjaan di tempat inilah biasanya mereka suka membuka diri. Tak mudah bagi mereka untuk menunjukkan jati diri mereka bahwa mereka adalah seorang *gaym* maka dari itu mereka cenderung memilih tempat yang dimana biasa kaum sejenis mereka ada sehingga ada rasa kepuasan atau kesamaan

sehingga mereka dapat melakukan aktifitas pribadi sebagaimana mestinya.

Pada saat penulis datang ke tempat hiburan malam banyak sekali kaum Homoseksual yang datang ke tempat ini karena salah satu hiburan favorit mereka adalah di tempat ini. Tak sedikit dari mereka yang datang bersama teman sejenisnya atau teman dekat yang normal baik laki-laki atau wanita. Banyak yang dapat dilakukan oleh mereka ditempat ini. Ada yang menjalin hubungan bisnis yang pastinya berhubungan dengan pekerjaan mereka ada juga yang hanya ingin mendapatkan pasangan baru atau hanya sekedar mempopulerkan diri mereka di mata masyarakat umum. Tetapi untuk kaum Homo yang ingin mencari pasangan biasanya lebih sedikit di karena kebanyakan dari mereka itu lebih suka datang dengan pasangannya karena di tempat jauh lebih bisa mengekspresikan diri mereka bersama pasangan Homonya. Lalu kaum Homoseksual yang datang ke tempat ini hanya untuk mempopulerkan diri mereka di mata masyarakat umum biasanya datang dengan penampilan yang eksentrik beda dari yang lain, seperti rambut berwarna "blonde" dengan *hair stylist* yang *up* menunjang penampilan, lalu kemeja ketat dengan simbol salah satu ikat pinggang *branded* (lihat pada lampiran).

Cara ini biasanya juga menjadi cara untuk ajang memperlihatkan kelebihan materi dari masing-masing, kehidupan sosial sekarang ini bisa melihat dari sisi materi dan perasaan tetapi untuk kaum Homoseksual materi jauh lebih nomor satu ketimbang rasa bersosialisasi dengan perasaan tulus. Inilah salah satu sisi seorang Homoseksual yang bisa dibilang lebih mendominasi dibanding masyarakat pada umumnya.

Penulis juga mendatangi tempat olahraga sebagai tempat yang difavoritkan juga oleh kaum Homoseksual, disini mereka bisa dengan mudah mencari teman yang bisa dibilang sejenis dengan mereka. Tapi karena yang datang ke tempat cenderung masyarakat yang *highclass* termasuk kaum

Homoseksualnya jadi tidak sembarang Homo menunjukkan rasa suka kepada salah seorang yang ingin di ajak berhubungan. Biasanya mereka hanya memperlihatkan simbol-simbol dari gerak-gerik tubuh seperti sering lewat didepan orang yang dituju atau melirik ke orang yang dituju atau bisa juga dengan cara yang ekstrim seperti berkenalan langsung (lihat pada lampiran).

Di tempat gym ini juga bisa dibilang menjadi tempat favorit bagi mereka yang ingin berhubungan seksual dengan cara masuk ke dalam tempat sauna bisa dengan pasangannya atau orang yang baru di kenalnya. Selain itu penulis juga mengunjungi salah satu mall di pusat Jakarta yang menjadi tempat paling mudah mendapati kaum Homoseksual, karena bisa dibilang di tempat ini berbagai macam kaum Homoseksual ada disini. Mereka biasanya datang ke mall sama saja tujuannya seperti masyarakat pada umumnya yaitu berbelanja atau sekedar *hangout* bareng dengan teman-temannya atau sesama kaum sejenisnya. Tak beda dengan beberapa tempat lainnya yang saya datangi kaum Homoseksual sangat mudah di kenali sebagai kaum gay, baik dari penampilan gerak-gerik atau bahasa tubuh lainnya.

Mereka biasanya mempunyai simbol-simbol yang bisa menunjukkan bahwa dia kaum Homoseksual dengan menggerakkan kepalanya yang sedikit kemayu dengan bibir di "manyunkan" atau sedikit sensual dibanding pria pada umumnya, lalu menggunakan jari telunjuk untuk merapihkan "poni" rambutnya, lalu cara dia melihat orang lain yang agak berbeda dengan menaikan satu alis matanya.

Tetapi untuk urusan menunjukkan mereka berpacaran di tempat ini kebanyakan dari mereka lebih menutupi karena posisinya ini merupakan tempat dimana masyarakat umum lainnya juga ada dan takut ada yang mengenali mereka baik dari segi teman mereka yang tidak tahu mereka Homo atau sanak saudara mereka.

Jadi bisa di bilang ada keterbatasan untuk mereka yang ingin berpacaran di tempat di ini dengan kaum sejenisnya, beda dengan tempat sebelumnya seperti tempat hiburan malam dan tempat gym yang mereka dengan mudah menunjukkan rasa yang intim terhadap pasangannya. Walaupun bisa dilihat dari beberapa simbol yang mereka gunakan dengan pasangannya belum tentu masyarakat umum bisa menilai bahwa mereka berpacaran kecuali mendengar sendiri bahwa mereka berpacaran dari bahasa bicara yang menunjukkan langsung mereka pasangan Homo.

Simbol verbal yang biasa digunakan oleh kaum Homoseksual tak jauh beda dengan masyarakat pada umumnya seperti memanggil pasangan mereka dengan panggilan sayang ayah bunda, ayah biasanya di perankan oleh laki-laki yang memerankan imajinasi seks nya sebagai laku, sedangkan bunda ditunjukkan untuk pasangan Homonya yang berperilaku lebih kemayu, tetapi ada juga yang saling memanggil bunda mama dikarena mereka tidak ingin menunjukkan bahwa mereka memiliki sisi kewanitaan. Ada juga panggilan "ayang" berarti panggilan sayang untuk pasangan kekasihnya.

Mall biasanya hanya menjadi tempat mereka berkehidupan sosial yang lebih umum "tidak hanya dengan komunitasnya tetapi juga dengan teman kerja mereka yang bisa dibilang masyarakat normal atau heteroseksual. Karena di mall sebagian besar masyarakatnya belum bisa menerima keberadaan kaum Homoseksual dibanding tempat sebelumnya yaitu tempat hiburan malam atau tempat gym. Jadi ada keterbatasan mereka untuk mengeksplor lebih jati diri mereka sebagai kaum Homoseksual.

Sedangkan di apartemen merupakan tempat favorit bagi kaum Homoseksual yang high untuk mereka tinggal atau berkehidupan sosial karena rata-rata masyarakat yang tinggal di kawasan apartemen lebih acuh tak acuh terhadap sesama penghuninya, kehidupan

seperti ini merupakan kehidupan yang nyaman bagi kaum Homoseksual dibanding tinggal di komplek perumahan pada umumnya.

#### 4.3.1 Faktor Seseorang Menjadi Homoseksual

Seseorang lahir kedunia hakikatnya sudah diputuskan oleh Tuhan sebagai laki-laki atau perempuan bukan kita yang memilih melainkan Tuhan yang sudah memutuskan, tetapi sekarang ini banyak sekali manusia yang memilih kehidupan di luar batas normal kehidupan yang dipilihnya. Sama seperti kaum Homoseksual yang memilih hidup sebagai seorang gay ketimbang menjadi seorang lelaki normal yang menyukai seorang wanita. Key informan mengatakan,

*"penyebab bilogi tadi itu lingkungan keluarga atau bisa juga lingkungan sosial ada 3 roda itu", penulis juga menanyakan pada keempat informan faktor yang memutuskan anda menjadi seorang gay?*

Adit menjawab

*"sebenarnya bukan memutuskan yah karena memang mana ada nih seorang Homoseksual yang pingin jadi Homoseksual gitu karena mungkin pilihan yang menyebabkan apa namanya mengharuskan dia menjadi Homo gimana ya nyebutnya agak bingung juga sebenarnya karena bukan pilihan dibidang pilihan bukan dibidang kemauan juga bukan sebenarnya itu udah bawaan dari lahir kali ya jadi kalau di bilang memutuskan bukan yah sebenarnya",*

Romy menjawab,

*"Kalau ditanya kenapa memutuskan sebenarnya ga memutuskan kan yah kalau mungkin orang berbeda-beda yah tiap orang emang mereka menjadi homo*

*karena memiliki trauma masa lalu atau mereka pengaruh lingkungan ada yang mungkin juga bawaan dari lahir atau dari kecil emang seperti itu kalau gw sih ngerasanya emang gw dari kecil seperti itu gitu jadi engga memutuskan kenapa emang gw jadi homo gitu ternyata emang ini merasa dari kecil gw udah seperti ini gitu",*

Michelle menjawab,

*"Faktor biologis yah mungkin yah ketika umur saya 2 tahun sejak kecil ketika masih balita saya tidak pernah merasakan kasih sayang seorang ayah jadi ayah saya berpisah dengan ibu saya ketika saya lahir dan ketika saya di besarkan oleh keluarga yang isinya semuanya wanita gitu lho, oleh bibi nenek ibu gitu loh dan semuanya seorang wanita dan jadi mungkin faktor itu yang membuat saya jiwa saya merasakan seperti perempuan dan saya juga kurang merasakan kasih sayang seorang ayah gitu".*

Dalam pembahasan diatas penulis menyimpulkan sebagian besar kaum Homoseksual memutuskan menjadi seorang gay karena sudah merasa dari kecil dia mempunyai sifat kewanitaan dan faktor keluarga mendukung juga dalam dia memilih menjadi seorang gay seperti kurangnya figur seorang ayah, sifat didikannya lebih dekat dengan ibu dan ada juga karena tidak menyukai figur seorang ibu membuat dia menjadi benci terhadap wanita.

#### 4.3.2 Perasaan Berinteraksi dalam Kehidupan Sosialita

Perasaan seorang gay dalam berinteraksi dalam kehidupan sosial mempunyai banyak persamaan seperti yang dikatakan Adit

*"sebenarnya kalau kaum gay udah kita ngumpul kaya kita orang-orang gay semua itu mereka lebih*

cenderung ke saling memamerkan diri sendiri ya pengen kaya ini lho gw yang high pada kaya gitu ada juga gay yang diem-diem aja lebih santai lah ya ga terlalu yang menunjukkan diri gitu”

Romy mengatakan,  
“awalnya sih pada penolakan dalam diri maksudnya ihh kok gw berbeda yah sama yang lain itu gw juga pengen hidup normal seperti suka sama cewe hidup normal kaya cowo pada umumnya gitu cuman itu awal-awal aja sih awal-awal kaya masa-masa SD, SMP, SMA lah gitu kuliah kerja dan makin sekarang sih semakin bisa menerima dan butuh ngerasanya kalau gw homo pun bukan sesuatu yang buruk cuman yang gw miliki beda tuh cuman orientasi seks gw gitu gw cuman suka sama cowo selebihnya gw sama kaya orang normal lainnya”,

sedangkan Randy mengatakan,  
“perasaannya pas berinteraksi sesama masyarakat umum bukan canggung perasaannya kaya takut jadi pas disaat komunikasi ngomong sama orang-orang yang umum orang-orang yang normal kadang kita takut kepleset takut misalkan ketauan namanya juga gay masih ada sisi kewanitaan jadi kadang kita menjaga itu semua itu jadi misalkan saya itu, saya kasih contoh misalkan saya bergaul di lingkungan baru saya kantor baru saya waktu itu saya dibilang pendiem itu karena saya takut kepleset gitu ngomongnya mereka kok randy pendiem ya padahal saya buka pendiem saya orangnya kalau udah ngumpul saya sebenarnya rame suka bercanda sama temen-temen dekat gitu tapi karena posisinya saya itu lagi di umum jadi ya udah saya lebih

menjaga sikap menjaga diri dan membatasi”,

Michelle mengatakan,  
“karena saya seorang ladyboy kadang saya merasa malu sebagai seorang ladyboy saya itu laki-laki tapi berdandan seperti wanita gitu kadang saya merasa malu sih tapi karena saya memiliki komunitas yang saya masuk sekarang mereka menerima semua itu loh jadi saya juga merasa hal itu biasa buat saya. Masyarakat pasti melihat saya sebelah mata dong apalagi saya seorang ladyboy seorang banci gitu orang pasti mikirnya ihh banci gitu kan ihh bencong gitu kan pasti orang ngeliatnya sebelah mata karena mereka tahunya ladyboy itu yang dijalanin lah rampok lah malinglah tapi saya buktikannya itu saya buktikan saya berbeda dengan yang lain gitu saya berbeda dengan ladyboy yang lain gitu lho saya ingin memberikan pandangan yang baik deh yang positif deh supaya orang bisa apa namanya melihat dengan sebelah mata aja”.

Dalam pembahasan diatas penulis menyimpulkan sebagian besar kaum Homoseksual memiliki perasaan malu pada saat berinteraksi dengan masyarakat pada umumnya mereka memiliki rasa ketakutan kalau masyarakat tahu mereka adalah seorang Homo karena sebagian dari masyarakat kita belum bisa menerima keberadaan Homoseksual jadi kebanyakan dari Homo lebih membatasi diri di lingkungan umum.

#### 4.3.3 Komunikasi Khusus dalam Berinteraksi

Komunikasi merupakan proses dalam berinteraksi baik secara verbal maupun nonverbal sekarang ini banyak bahasa yang digunakan dalam berinteraksi sebagian besar sudah menggeser bahasa

yang baku, kebanyakan orang menggunakan bahasa yang tidak baku atau menciptakan bahasa sendiri dan itu menjadi *trendmark* tersendiri dalam kehidupan sosialita, bahasa yang digunakan biasanya lahir dari ciptaan seorang gay dalam berbiara. Penulis bertanya ada komunikasi khusus yang digunakan dalam berinteraksi di kehidupan sosialita?

Adit menjawab,

*"Ada sih ada sesama kaum begitu... Ada obrolan bukan kode sih mungkin kaya bahasa khusus orang-orang begitu, kaya contohnya bahasa perez rempong itu kan bahasa-bahasa banci sebenarnya yaa cuman udah di pake juga sih sama orang-orang biasa gitu, kalau sama masyarakat umum biasa aja justru kalau sama masyarakat umum kita lebih menutupi jadi jangan terlalu keliatan. Saya juga menggunakan bahasa khusus melihat orangnya ya, kalau dia tahu dunia gay atau tau saya seperti itu saya gunakan tapi kalau masyarakatnya kolot agak gimana ya pikirannya ya masih apa yah kaya aneh gitu enggalah..",*

Romy menjawab,

*"biasa aja sih kalau ke lingkungan umum yah sih wajar aja sebagai manusia sebagai cowo gitu ga menunjukkan sisi gw gay masuk ke lingkungan sosial palingan untuk di komunitas gay gitu yah pasti kita punya dong bahasa yang komunikasi sesama gay ada cuman kalau untuk secara umum sih normal-normal aja. Ada yang tadi di bilang kaya bahasa tubuh kalo bicara gw pribadi tidak menunjukkannya di umum, karena menurut gw orang-orang ga perlu tahu gw gay ga ad untungnya juga sih buat gw kalau mereka tahu gw homo misalkan kecuali buat orang-orang terdekat oke fine lo tau gitu*

*dan itu baru gapap sih tapi kalau dari gw nya sendiri membuka diri sih ya buat apa toh belum tentu mereka menerima gw juga kan",*

Randy menjawab,

*"kalau berinteraksi kepada masyarakat umumnya saya menempatkan diri saya sebagai seorang pria biasa apalagi sekarang juga saya pekerjaan saya menuntut saya emang jaga sikap jangan sampe walaupun saya begini jangan sampe semua orang tahu untuk di kalangan yang sama-sama gay saya sih terbuka-terbuka aja apalagi sesama ada beberapa teman dekat saya itu yang bikin saya lebih nyaman karena mereka kan saya juga butuhlah orang yang menerima saya apa adanya begitu juga teman cerita teman curhat jadi semuanya bisa saya buat seimbang lah antara teman umum yang lain sama temen-temen yang gay juga saya buat seimbang aja",*

Michelle menjawab,

*"kalau dari simbol gerak-gerik yah pasti orang udah tahu yah bisa membedakan mana homoseksual mana bukan, karena seorang homoseksual itu ada di jiwa perempuan, jiwa perempuan itu kan sangat senang berdandan sangat senang memilih pakaian dan itu malah dilakukan oleh seorang pria dan akhirnya penampilannya menjadi eksentrik gitu lho kalau menurut saya sih dari penampilan juga".*

Dalam pembahasan diatas penulis menyimpulkan sebagian besar kaum Homoseksual dalam berkomunikasi cenderung melihat situasi tempat dan kondisi dimana dia berada, bila kondisinya bersama orang-orang yang sudah paham dengan kepribadian mereka dan bahasa yang suka mereka gunakan kaum Homo

akan menggunakan bahasa tersebut karena bahasa juga merupakan tanda pengenal sebagai seorang Homoseksual.

#### 4.3.4 Proses dalam Menjalin Hubungan Dekat

Setiap masyarakat umum pasti mempunyai tujuan hidup untuk menjalin hubungan intim dengan orang yang dicintai, begitu pula dengan kaum Homoseksual mereka ingin juga merasakan yang masyarakat umum rasakan seperti menyatakan cinta mengungkapkan rasa sayang terhadap pasangan sejenisnya tetapi mereka memiliki keterbatasan dalam mengungkapkan hal tersebut faktor utamanya adalah lingkungan. Penulis bertanya bagaimana proses dalam menjalin hubungan yang lebih intim terhadap sesama kaum Homoseksual?

Romy menjawab,

*"awalnya juga gw bukan tipikal orang yang terlalu ngejar jadi ketika gw ketemu orang dan gw merasa langsung nyaman nyambung dan segala macam akhirnya dekat dan berproses akhirnya berpecaran normal aja sih yang ga terlalu ngejar banget ga terlalu ambisius lho jadi gw let it flow aja lah ohh gw kenal sama orang toh gw jalanin ga terlalu memaksakan, Awalnya sih ga terlalu yuk kita langsung pacaran engga juga sih jalanin-jalanin aja gitu toh gw juga bukan typical orang yang terlalu menuntut untuk di omongin secara verbal yuk kita pacaran gw suka sam lo, lo mau ga jadi pacar gw. Engga jiga sih as long as dua-duanya nyaman dua-duanya suka kita sama-sama single sama-sama mau menjalani hal hubungan yah okelah gitu. Pada saat kenalan tuh seorang homo yang gw rasa tuh saat kenalan pertama kali saat cerita-cerita pasti omongan lo tuh udah tau mau di bawa kemana pasti ada nalar tersendiri. Entah buat iseng*

*bertemen atau pacaran", sedangkan*

Adit menjawab,

*"jujur ya saat ini saya memang sedang pacaran juga yah sama cowo, awalnya sih emang kita pertama ketemu biasa ketemu kita sih dulu dari kerjaan ya ketemu dari awal-awal kita emang biasa aja lama-lama ada ketertarikan ada getar sayang sama dia rasa ingin memiliki yah sama sih layaknya cewe sama cowo cuman memang kita kalau di depan publik kita ga terlalu di publikasikan kita yah kalau lagi jalan berdua biasa aja kaya temen tapi kalau udah di tempat yang privasi baru kita mungkin sama kaya orang pacaran yah romantis terus sayang-sayangan kaya gitu sih".*

Dalam pembahasan diatas penulis menyimpulkan sebagian besar kaum Homoseksual memiliki cara yang sama dengan masyarakat pada umumnya dalam menjalani hubungan yang lebih intim terhadap pasangan sesama jenisnya hanya saja yang membedakan kaum Homo biasanya sudah memiliki kode tersendiri dengan kaum Homo lainnya pada awal berkenalan ada yang hanya ingin menambah teman baru dan itu tidak akan menjadi seorang pasangan kekasih tetapi ada juga yang pertama kenalan sudah mempunyai kontak untuk melanjutkan hubungan kearah yang lebih dekat.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

1. Kaum Homoseksual memiliki karakteristik atau simbol-simbol verbal maupun non-verbal yang berbeda dengan kaum Heteroseksual. Seperti bahasa tubuh gerak-gerik mereka dalam berbicara atau berperilaku baik dengan sesama kaumnya atau

- dengan masyarakat pada umumnya.
2. Kaum Homo memiliki perasaan yang lebih sensitif dibandingkan dengan perasaan seorang wanita dan mereka memiliki jiwa kewanitaan yang lebih basar di banding pria normal pada umumnya
  3. Media interkasi yang kaum Homo gunakan tidak beda dengan apa yang digunakan oleh masyarakat pada umumnya, hanya saja mereka mempunyai beberapa situs untuk berinteraksi lebih khusus dengan sesama kaum Homo.
  4. Kaum homo masih menjaga nilai ketimuran masyarakat Indonesia dengan tidak melakukan hal yang akan menimbulkan konflik di masyarakat.
  5. Kaum Homo sebagian besar memilih sebagai seorang Homoseksual di karenakan faktor keluarga dan membenci figur seorang wanita.
  6. Kaum Homo tidak bisa lepas dari kehidupan sosialita khususnya di DKI Jakarta.
  7. Tempat hiburan malam, tempat *gym*, mall dan apartemen adalah simbol interaksi komunikasi kaum Homoseksual.
  8. Kaum Homo dalam mencari pasangan sudah memiliki nalar tersendiri pada saat berkenalan dengan pria yang mengidentifikasi diri mereka sebagai sesama kaum Homo.
  9. Tidak semua kaum Homo memiliki sifat negatif, beberapa kaum Homo memiliki jiwa sosial yang tinggi.
  10. Kaum Homo dapat bersikap atau berperilaku sebagai seorang Homo sesuai keadaan tempat situs dan kondisi dimana mereka berada.
  11. Kaum Homo tidak merasa malu dengan predikat seorang Homoseksual karena saat ini sudah bukan hal yang tabu dalam

kehidupan sosialita khususnya di Jakarta.

12. Kaum Homo suka menonjolkan kelebihan materi yang di punya dalam berinteraksi sosial.
13. Humas di tempat kaum Homo berinteraksi mereka tidak keberatan dengan adanya kaum Homo di tempat mereka datangl karena itu merupakan hak individu dimana itu semua sudah menjadi pilihan selama tidak memicu konflik dalam masyarakat dan merugikan tempat tersebut.

### 5.2.Saran

Masyarakat umum yang selalu menilai negatif setiap tindakan kaum Homoseksual seharusnya bisa melihat kembali apa yang mereka lakukan dan seperti apa sisi positif dari kaum Homoseksual untuk mengubah pandangan mereka. Karena kaum Homo juga memiliki sifat positif yang juga dimiliki oleh msyarakat umum, walaupun mereka terlihat negatif dari sisi orientasi seksualnya tetapi itu tidak menggambarkan sisi mereka sesungguhnya.

Bagaimanapun kaum Homo adalah makhluk ciptaan Tuhan yang berbeda, mereka tidak memutuskan diri mereka sebagai seorang Homo melainkan memilih jalan sebagai seorang Homo karena beberapa faktor yang mempengaruhinya. Justru faktor tersebut terbentuk karena tindakan diskriminasi yang dibuat oleh masyarakat umum tersebut.

Kaum Homo mempunyai hak untuk memperlihatkan jati diri mereka secara positif dengan prestasi kerja atau bakat yang mereka punya, disitulah sebaiknya kaum Homo mendapatkan apresiasi lebih dibanding masyarakat umum yang bersikap normal, tidak semua keburukan seorang Homo berlimbas pada perasaan dan pikiran yang dipunya.

Masyarakat haruslah dapat menilai secara positif apa dan mengapa seseorang memilih menjadi seorang Homo karena pada dasarnya kaum Homo juga ingin



menjadi makhluk yang normal seperti lainnya hanya waktu saja yang nanti akan menentukan. Masyarakat umum hendaklah belajar untuk menghargai keberadaan mereka dan mulai mengapresiasi penuh prestasi yang mereka ciptakan, bukan berarti menganggap normal kelainan orientasi seksual mereka, itu merupakan sebuah penyakit yang bisa disembuhkan dari mereka sendiri dan dari masyarakat juga yang ikut membantu.

Jadi, janganlah bersikap diskriminatif terhadap kelainan yang kaum Homo punya justru itu akan membuat mereka akan terus menjadi pribadi yang seperti itu dalam arti memilih jalan sebagai seorang Homo jangan sampai faktor lingkungan dari kita sendiri yang membuat seseorang menjadi seorang kaum Homoseksual.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anees. 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assante, Mollefi K and William Gudykunst. 1989. *Handbook of International and Intercultural Communication*. Sage Publications. California.
- Berger, Chaffee. 1987. *Handbook of Communication Science*. Beverly Hills. California: Sage.
- Cole, G.D.H. 1955. *Studies in Class Structure*, Routledge and Kegan Paul Ltd London.
- Claire Willace dan Sijka K. 1998. *Youth and Society*. New York.
- Depkes. R.I. 1998. *Pedoman penggolongan dan diagnosis gangguan jiwa di Indonesia* (Edisi ke III). Jakarta. Direktorat Kesehatan Jiwa dan Dirjen pelayanan Masyarakat.
- Effendy, Onong Uchjana(a). 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- \_\_\_\_\_. (b). 2001. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Fredian Tony. 2003. *Pengembangan Masyarakat (Community Development)*. Bogor : Bagian Ilmu-Ilmu Sosial, Komunikasi, dan Ekologi Manusia Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Furuta. 1994. *Komunikasi Antarbudaya: Sebuah perbandingan antara Jepang – Amerika*, terjemahan Hassan Shadily. CV Antarkarya. Jakarta.
- Hermawan, Kertajaya. 2008. *Karakteristik entrepreneur*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Horton, Paul B. dan Hunt, Chester L. 1987. *Sosiologi Jilid 1 Edisi ke-6*. Terjemahan Aminuddin Ram dan Tita Sobari. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi ke-3 – Cetakan 1. Jakarta: Balai Pustaka.
- KJ Veeger. 1985. *Realitas Sosial Refleksi Filsafat Sosial atas Hubungan Individu*. Jakarta.
- Knox, David. *Human Sexuality*. New York: West Publishing CO. Koenig, HG.
- Liliweri, Alo.1991. *Komunikasi Antar Pribadi*. PT.Citra Aditya Bakti. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2001. *Gatra-gatra Komunikasi Antarbudaya*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Manuel, Castel. 2001. *Power Of Identity*. Omnibus Press. London.
- Melatoa, M. Junus. 1997. *Sistem Budaya Indonesia*. FISIP UI. Depok.
- Moeleong, Lexy J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Jakarta.
- Mulyana, Deddy dan Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Komunikasi Antar Budaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-orang Berbeda Budaya*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- \_\_\_\_\_. (a). 2004. *Komunikasi Populer: Kajian Komunikasi dan*

- Budaya Kontemporer. Pustaka Bani Quraisy.
- \_\_\_\_\_(b). 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Olson, James Tankard. 2000. *Sexuality*. New York: Free Press.
- Purwasito, Andirik. 2003. *Komunikasi Multikultural*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Ruslan, Rosady. 2002. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Soekahar. 1987. *Homoseksualitas (tinjauan singkat berdasarkan iman ristiani)*. Yogyakarta. Yayasan ANDI
- Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT Radja Grafindo. Jakarta.
- Sugiarto, Siagian, Sunaryanto, Oetomo. 2001. *Tehnik Sampling*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Supratiknya, A(a). 1995. *Komunikasi Antar Pribadi Tinjauan Psikologis*. Kanisuis. Yogyakarta
- \_\_\_\_\_(b). 1999. *Mengenal Perilaku Abnormal*. Kanisius. Yogyakarta.
- Susanto, Astrid. 1986. *Filsafat Komunikasi*. Bandung: Bina Cipta
- Stewart L. Tubbs-Sylvia Moss. 2001. *Human Communication*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Taylor, D.M. & Moghddam, F.m. 1994. *Theories of Intergroup Relations*. London.
- Tylor, E.B. 1871. *Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom*. New York: Gordon Press.
- Walpole, Ronald E., 1997. *Pengantar Statistika edisi ke-3*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.