

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI BISNIS DALAM DRAMATURGI GAY DI JAKARTA

Novi Andayani Praptiningsih

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA), Jakarta, Indonesia
novi.ap@uhamka.ac.id

Abstrak

Keberadaan kaum *gay* di Indonesia sebagai negara berbudaya sulit mendapat dukungan dari berbagai pihak, karena kiblat budaya yang dianut adalah budaya timur yang sangat memegang teguh nilai-nilai agama, norma, moral, dan adat istiadat. Tidak semua kaum *gay* berani dan mampu melakukan pengungkapan diri (*coming out*). *Gay coming out* dan *not fully coming out* di Jakarta mempresentasikan diri mereka sebagai upaya menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain melalui dramaturgi panggung depan dan panggung belakang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses dan model dramaturgi dalam mempresentasikan diri pada panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) *gay coming out* dan *gay not fully coming out* di Jakarta. Metode penelitian menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan subyektif, dengan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, *Focuss Group Discussion (FGD)*, dan telaah dokumen. Teknik analisis data mengaplikasikan model interaktif Miles Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa presentasi diri *gay* Jakarta pada panggung depan (*front stage*) yang telah sepenuhnya *coming out* akan melakukan taktik promosi diri bahkan melebih-lebihkan. Namun pada *gay* yang belum sepenuhnya *coming out* akan melakukan *disclaimer* dengan berusaha menyangkal dan menyembunyikan identitas dirinya sebagai *gay*. Namun pada panggung belakang (*back stage*), *gay* yang telah maupun belum sepenuhnya *coming out*, sama-sama melakukan strategi promosi diri sebagai teknik presentasi diri mereka dengan cara membuka diri, terutama di komunitas *gay*. Keterbukaan *gay coming out* pada keluarga, komunitas, dan masyarakat didahului proses *coming in*, yaitu penerimaan dirinya sebagai *gay*. Komunikasi bisnis terjadi saat seorang *gay* menjalin interaksi dengan *gay* lainnya, di mana awal pertemuan dimaksudkan untuk pertemanan, berkembang menjadi persahabatan. Selanjutnya dapat menjadi hubungan kekasih maupun hubungan komersial. Hubungan komersial yang didasarkan pada bisnis ini ditandai dengan transaksi uang secara *cash* maupun transfer, disebut dengan istilah “ngucing”, yang pelakunya disebut “kucing”. Rekomendasi penelitian ini adalah penguatan agama dan hubungan antar anggota keluarga yang humanis, harmonis, serta erat atau akrab menjadi solusi agar generasi bangsa tak terperangkap dalam kilau LGBT.

Kata Kunci: *Implementasi, Komunikasi Bisnis, Dramaturgi, Gay*

IMPLEMENTATION OF BUSINESS COMMUNICATION IN GAY DRAMATURGY

Abstract

The existence of gays in Indonesia as a cultured country is difficult to get support from various parties, because the cultural orientation adopted is eastern culture that strongly upholds religious values, norms, morals, and customs. Not all gays are brave and able to do self-disclosure (*coming out*). *Gay coming out* and *not fully coming out* in Jakarta presents themselves as person's *efforts* to create *specific impressions* in front of others through the front and the backstage dramaturgy. The aim of the research was to find out the dramaturgical process and model in presenting themselves on the front stage and the back stage of both *gay coming out* and *gay not fully coming out* in Jakarta. The research method uses an interpretive paradigm with a subjective approach, with a type of qualitative research. Data collection techniques using in-depth interviews, observation, FGD, and document review. Data analysis techniques apply interactive models of Miles Huberman. The results showed that Jakarta's *gay* self presentation on the front stage that had been fully coming out would do self-promotion tactics and even exaggerate. But in gays who are not fully coming out, they will disclaimer by trying to deny and hide their identity as *gay*. But on the back stage, gays who have been or have not been fully coming out, both carry out a self promotion strategy as a technique of presenting themselves by opening themselves, especially in the *gay* community.

Gay openness in coming out on family, community, and society is preceded by the coming in process, namely the acceptance of himself as gay. Business communication occurs when a gay person interacts with other gays, where the initial meeting is intended for friendship, developing into friendship. And then it can be a lover's relationship or a commercial relationship. This commercial relationship based on business is characterized by cash transactions and cash transfers, referred to as "ngucing", the culprit is called "cat". Research recommendation is strengthening religious resilience as well as intimate between family members with more humanist, harmonious relationship as solution for our next generation stay away from LGBT luster.

Keywords: Implementation, Bussiness Communication, Dramaturgy, Gay

PENDAHULUAN

Penolakan sebagian besar masyarakat terhadap eksistensi kaum *gay* membuat *gay* sangat berhati-hati untuk membuka orientasi seks. Implikasi dari realitas tersebut dianggap mampu menimbulkan masalah-masalah sosial, sehingga tetap mengundang banyak minat terutama di kalangan para ilmuwan dari berbagai disiplin ilmu untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dan rinci sesuai dengan bidangnya masing-masing. Dengan demikian, sampai saat ini tetap masih merupakan sesuatu yang aktual untuk dikemukakan dan dibahas. Berbeda dengan kaum heteroseksual, *gay* yang merupakan bagian dari kaum homoseksual yang menyukai sesama jenis, banyak tergabung dalam komunitas LGBT (Lesbian, *Gay*, Bisexual, dan Transgender/Transexual) yang dibentuk untuk memperjuangkan hak-hak dan menampung aspirasi kaum homoseksual. Tujuannya adalah agar keberadaan mereka bisa diterima di lingkungan masyarakat.

Lepas dari kepentingan akan pengakuan yang diperjuangkan oleh LGBT, tampaknya harus diakui bahwa tujuan-tujuan tersebut merupakan hal yang tidak mudah untuk dapat diwujudkan. Walaupun saat ini keberadaan kaum *gay* sudah mulai "diakui" terutama di sebagian negara-negara Barat (misalnya dengan adanya Undang-Undang di beberapa negara Eropa, sebagian benua Australia dan seluruh negara bagian di Amerika Serikat yang mengizinkan perkawinan antar sesama jenis kelamin), namun dalam kenyataannya sejak dulu sampai sekarang sebenarnya kaum *gay* belum atau tidak pernah mendapatkan pengakuan secara penuh dari masyarakat maupun pemerintah di banyak negara. Negara ke-23, yaitu Amerika Serikat adalah negara terakhir yang seluruh negara bagiannya telah melegalkan pernikahan sejenis

pada 26 Juni 2015, dimana pada tahun 2004 hanya delapan negara bagian saja. Adapun negara-negara yang melegalkan pernikahan sejenis, yaitu : Belanda, Belgia, Spanyol, Kanada, Afrika Selatan, Norwegia, Swedia, Portugal, Islandia, Argentina, Denmark, Brazil, Inggris, Perancis, New Zealand, Uruguay, Skotlandia, Luxemburg, Finlandia, Slovenia, Irlandia, Mexico, Amerika Serikat (www.international.republika.co.id)

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

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

Agama merupakan pedoman dan landasan moral masyarakat. Setiap agama memiliki tujuan yang sama dalam membentuk moral masyarakat. Islam memiliki tinjauan khusus terhadap kaum *gay*, dimana Islam sangat melaknat hubungan sejenis, yakni tercantum dalam Al-Qur'an QS Asy-Syu'araa: 165-166

“Mengapa kamu mendatangi jenis lelaki di antara seluruh alam, dan kamu tinggalkan apa yang diciptakan untuk kamu, yakni istri-istri kamu, bahkan kamu adalah orang-orang yang melampaui batas”.

Sedangkan dalam Kitab Injil, terkandung dalam Imamat 20 : 13, berbunyi :

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

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

Salah satu hukum negara yang melarang adanya kaum *gay* yaitu UU Anti Pornografi pasal 5 ayat 3, intinya melarang tindakan seksual, penetrasi dan hubungan seks pada pasangan sejenis, anak-anak, orang meninggal, dan hewan. Tidak ada sanksi tegas terhadap perilaku kaum *gay*, sehingga kaum *gay* berani muncul dan mendeklarasikan identitasnya ke ruang publik. Akibatnya, aktivitas *gay* yang terlarang dalam UU Anti Pornografi dan Pornoaksi itu tetap berlangsung. Di samping itu, media massa baik cetak maupun elektronik memberikan ruang gerak dan apresiasi atas eksistensi dan *life style* kaum *gay* di masyarakat melalui acara-acara di media massa. Gaya bahasa, cara bicara, dan cara berpakaian mereka kemudian diikuti oleh sebagian masyarakat yang menonton atau mengekspos media massa.

Tidak semua kaum *gay* berani dan mampu melakukan pengungkapan diri (*coming out*). Individu yang menyadari dirinya sebagai penyuka sejenis membutuhkan waktu lama untuk mengidentifikasi, mengkonfirmasi, dan menerima orientasi seksualnya. Perasaan bingung, takut, dan penyangkalan mewarnai tahapan awal ketika individu mulai merasakan ketertarikan secara fisik, seksual, dan emosional pada individu sesama jenis. Setelah mampu mengidentifikasi dirinya sebagai seorang *gay*, biasanya individu akan mulai mempertim-

bangkan untuk menutupi atau memberitahukan orang lain mengenai identitasnya ini. Tantangan ketika seorang *gay* telah memberanikan diri untuk *coming out*, yang bersangkutan harus menghadapi sejumlah pertanyaan keluarga atau masyarakat sekitar, yang tentunya rawan menimbulkan konflik, baik internal maupun internal. Namun kini telah banyak kaum *gay* yang menerima dan mengakui bahwa dirinya benar seorang *gay*. Hal ini terjadi karena individu tersebut tidak lagi memiliki kekhawatiran jika orientasi seksualnya sebagai seorang *gay* diketahui pihak lain. Pengungkapan diri mengacu kepada mengomunikasikan informasi kita tentang diri kita kepada orang lain (DeVito, 1999:77).

Dengan demikian, pengungkapan informasi yang dilakukan secara sadar, dimana segala sesuatu baik itu pikiran, perasaan dan perilaku diceritakan secara sadar dan terbuka kepada orang lain. Banyak hal yang diungkapkan melalui ekspresi wajah, gerakan anggota tubuh (*gesture*), sikap tubuh (*posture*), pakaian, nada suara, dan melalui isyarat-isyarat non verbal lainnya, meskipun banyak diantara perilaku tersebut tidak disengaja, namun penyingkapan diri yang sesungguhnya adalah perilaku yang disengaja.

Proses pengungkapan diri pada lambang verbal dan non verbal terjadi ketika partisipan komunikasi menggunakan kata-kata, baik itu melalui bahasa lisan maupun tulisan. Komunikasi non verbal adalah ketika partisipan komunikasi menggunakan simbol selain kata-kata seperti nada bicara, ekspresi wajah dan sebagainya (Kuswarno, 2009:103).

Pengungkapan diri merupakan suatu usaha yang disengaja untuk membiarkan ketentangan memasuki ranah sosial seseorang, dan seseorang mengetahui bahwa hal tersebut berkaitan dengan kesehatan mental (Tubbs dan Moss, 1999: 12-13).

Alasan peneliti tertarik menelaah komparasi antara *gay coming out* dan *not fully coming out* adalah karena keunikan yang dimiliki meliputi nilai-nilai dan norma-norma yang melandasi pola pikir dan pola komunikasi termasuk sikap, perilaku dan gaya hidup yang berbeda secara cukup signifikan dengan kelompok masyarakat umum yang heteroseksual. Di samping itu, simbol-simbol komunikasi yang mereka gunakan dalam berinteraksi

memberikan ciri tersendiri yang dapat merepresentasikan komunitas *gay*.

Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah implementasi bisnis dalam dramaturgi *gay* di Jakarta?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi bisnis dalam dramaturgi *gay* di Jakarta dalam mempresentasikan diri pada panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) *gay* di Jakarta.

Urgensi Penelitian

1. Urgensi Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam rangka memperkaya model-model penelitian kualitatif dan pendekatan subyektif, terutama aplikasi dramaturgi dalam mempresentasikan diri panggung depan dan panggung belakang.

2. Urgensi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang komprehensif tentang fenomena nyata yang terjadi di masyarakat, sehingga masyarakat dapat menyikapinya sesuai dengan pengetahuannya tentang komunitas *gay*, baik pro, netral, maupun kontra – terutama pada *gay* yang telah melakukan *coming out*, maupun *not fully coming out*. Di samping itu, penelitian ini juga diharapkan dapat dimanfaatkan untuk tujuan-tujuan praktis oleh pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan perubahan yang berkaitan dengan masalah-masalah sosial.

Istilah Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan mampu mengikuti alur cerita dari drama yang

disajikan. Meski benar, dramaturgi juga digunakan dalam istilah teater namun term dan karakteristiknya berbeda dengan dramaturgi yang akan kita pelajari.

Dramaturgi dari istilah teater dipopulerkan oleh Aristoteles. Sekitar tahun 350 SM, Aristoteles, seorang filosof asal Yunani, menuliskan, *Poetics*, hasil pemikirannya yang sampai sekarang masih dianggap sebagai buku acuan bagi dunia teater. Dalam *Poetics*, Aristoteles menjabarkan penelitiannya tentang penampilan/drama-drama berakhir tragedi/tragis ataupun kisah-kisah komedi. **Dramaturgi (Burke)**. Kenneth Duva Burke (May 5, 1897– November 19, 1993) seorang teoritis literatur Amerika dan filosof memperkenalkan konsep dramatisme sebagai metode untuk memahami fungsi sosial dari bahasa dan drama sebagai pentas simbolik kata dan kehidupan sosial. Tujuan Dramatisme adalah memberikan penjelasan logis untuk memahami motif tindakan manusia, atau kenapa manusia melakukan apa yang mereka lakukan (Fox, 2002). Dramatisme memperlihatkan bahasa sebagai model tindakan simbolik ketimbang model pengetahuan (Burke, 1978). Pandangan Burke adalah bahwa **hidup bukan seperti drama, tapi hidup itu sendiri adalah drama**. Teori Burke membandingkan kehidupan dengan sebuah pertunjukan dan menyatakan bahwa, sebagaimana dalam sebuah karya teatral, kehidupan membutuhkan adanya aktor, adegan, beberapa alat untuk terjadinya adegan, dan tujuan. Asumsinya adalah: 1) Manusia adalah hewan yang menggunakan simbol; 2) Bahasa dan simbol membentuk sebuah sistem yang sangat penting bagi manusia; 3) Manusia adalah pembuat pilihan.

Dramatologi (Goffman). Tertarik dengan teori dramatisme Burke, **Erving Goffman** (11 Juni 1922 – 19 November 1982), seorang sosiolog interaksionis dan penulis, memperdalam kajian dramatisme tersebut dan menyempurnakannya dalam bukunya yang kemudian terkenal sebagai salah satu sumbangan terbesar bagi teori ilmu sosial *The Presentation of Self in Everyday Life*. Dalam buku ini Goffman yang mendalami **fenomena interaksi simbolik** mengemukakan kajian mendalam mengenai konsep Dramaturgi. Tujuan dari **Presentation of Self – Goffman** ini adalah penerimaan penonton akan manipulasi. Bila seorang aktor berhasil, maka penonton akan melihat aktor

sesuai sudut yang memang ingin diperlihatkan oleh aktor tersebut. Aktor akan semakin mudah untuk membawa penonton untuk mencapai tujuan dari pertunjukan tersebut. Ini dapat dikatakan sebagai bentuk lain dari komunikasi. Karena komunikasi sebenarnya adalah alat untuk mencapai tujuan. Bila dalam komunikasi konvensional manusia berbicara tentang bagaimana memaksimalkan indera verbal dan non-verbal untuk mencapai tujuan akhir komunikasi, agar orang lain mengikuti kemauan kita, biasanya diaplikasikan dengan teknik persuasif.

Dramaturgi yang diperhitungkan adalah konsep menyeluruh bagaimana kita menghayati peran sehingga dapat memberikan *feedback* sesuai yang kita mau. Dramatugi mempelajari konteks dari perilaku manusia dalam mencapai tujuannya dan bukan untuk mempelajari hasil dari perilakunya tersebut. Dramaturgi memahami bahwa dalam interaksi antar manusia ada “kesepakatan” perilaku yang disetujui yang dapat mengantarkan kepada tujuan akhir dari maksud interaksi sosial tersebut. Teori dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia adalah tidak stabil dan setiap identitas tersebut merupakan bagian kejiwaan psikologi yang mandiri. Identitas manusia bisa saja berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan orang lain. Disinilah dramaturgi masuk, bagaimana kita menguasai interaksi tersebut. Dalam dramaturgi, interaksi sosial dimaknai sama dengan pertunjukan teater. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui “**Pertunjukan dramanya sendiri**”.

Goffman membagi kehidupan sosial ke dalam dua wilayah yaitu : 1) Panggung depan (**front stage**), yaitu tempat atau peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formal atau bergaya layaknya aktor yang berperan. 2) Panggung belakang (**back stage**), yaitu tempat untuk mempersiapkan perannya di panggung depan, atau kamar rias pemain sandiwar bersantai untuk mempersiapkan diri atau berlatih.

Karya-karya Goffman melukiskan manusia sebagai manipulator simbol yang hidup di dunia simbol, mendemonstrasikan apa yang dikomunikasikan manusia kepada manusia lainnya ketika mereka berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Untuk memelihara citra diri yang stabil, orang melakukan ‘pertunjukan’

(performance) di hadapan khalayak. Pendeknya kita ‘mengelola’ pesan/informasi yang kita berikan kepada orang lain. Kita mengendalikan pengaruh yang akan ditimbulkan busana kita, penampilan kita dan kebiasaan kita terhadap orang lain supaya orang lain memandang kita sebagai orang yang ingin kita tunjukkan. Kita sadar orang lainpun berbuat hal yang sama terhadap kita, dan kita memperlakukannya sesuai dengan citra dirinya yang kita bayangkan dalam benak kita. Jadi kita bukan hanya sebagai pelaku tetapi juga sekaligus sebagai khalayak.

Teori Interaksionisme Simbolik (George Herbert Mead)

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

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

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

1. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka.

2. Makna tersebut berasal dari “interaksi sosial seseorang dengan orang lain”.
3. Makna-makna tersebut disempurnakan di saat proses interaksi sosial berlangsung (Kuswarno, 2009:113).

Bagi Mead, “diri” lebih dari sebuah internalisasi struktur sosial dan budaya. “Diri” juga merupakan proses sosial, sebuah proses di mana para pelakunya memperlihatkan pada dirinya sendiri hal-hal yang dihadapinya, di dalam situasi di mana ia bertindak dan merencanakan tindakannya itu melalui penafsirannya atas hal-hal tersebut. Dalam hal ini, aktor atau pelaku yang melakukan interaksi sosial dengan dirinya

sendiri. Menurut Mead dilakukan dengan cara mengambil peran orang lain dan bertindak berdasarkan peran tersebut, lalu memberikan respon atas tindakan-tindakan itu. Konsep interaksi pribadi (*self interaction*) di mana para pelaku menunjuk diri mereka sendiri berdasarkan pada skema Mead mengenai psikologi sosial. “Diri” di sini bersifat aktif dan kreatif serta tidak ada satu pun variabel-variabel sosial, budaya, maupun psikologis yang dapat memutuskan tindakan-tindakan “diri”.

Teori Presentasi Diri (Erving Goffman)

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

Setiap orang mempunyai cara berbeda dalam mempresentasikan diri mereka, tergantung pada *self monitoring* seseorang, yaitu kecenderungan mengatur perilaku untuk menyesuaikan dengan tuntutan-tuntutan situasi sosial (Snyder, 1987 : 54). Menurut Brehm & Kassin (1993 : 367), *self monitoring* adalah kecenderungan untuk merubah perilaku dalam merespon terhadap presentasi diri yang dipusatkan pada situasi. Atau menurut Worchel, dkk. (2000 : 199), *self monitoring* adalah me-

nyesuaikan perilaku terhadap norma-norma situasional dan harapan-harapan dari orang lain. Begitu juga dengan *gay* anggota komunitas Arus Pelangi Jakarta, tentunya mereka juga melakukan presentasi diri, agar stigma negatif masyarakat tidak ditujukan kepada mereka, terutama di lingkungan tempat tinggal mereka. Dalam penelitian ini, ada enam orang informan yang belum *coming out* secara utuh. Mereka baru terbuka di keluarga dan komunitas saja, sementara di lingkungan masyarakat mereka belum berterus-terang sebagai *gay*. Sehingga presentasi diri mereka di masyarakatpun diupayakan tampil sebagai laki-laki hetero yang *straight*, agar ke-*gay*-an mereka tak diketahui oleh masyarakat. Goffman mengambil pengandaian kehidupan individu sebagai panggung sandiwara, lengkap dengan setting panggung dan akting yang dilakukan individu sebagai aktor kehidupan. Hal ini terjadi pada setiap kehidupan manusia, yang selalu memainkan peran dalam aktivitas sehari-hari, termasuk juga dalam kehidupan anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta.

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

Presentasi diri (*self presentation*) mengacu kepada keinginan untuk menunjukkan *image* seseorang yang diinginkan. Ketika seseorang melakukan presentasi diri, tentu ada tujuan yang ingin dimiliki. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan strategi presentasi diri, yaitu: 1) Mengambil muka/menjelat (*in-*

gratiation). 2) Mengancam atau menakutkan (*intimidation*). 3) Promosi diri (*self promotion*). 4) Pemberian contoh/teladan (*exemplification*). 5) Permohonan (*supplication*). 6) Hambatan diri (*self handicapping*). 7) *Aligning action* (penyangkalan) 8) *Altercasting* (mengubah peran). 9) *Audience pleasing* (menyenangkan penonton). 10) *Self construction* (konstruksi diri).¹

Gay Coming Out & Not Fully Coming Out

Foucault (1997:53) mengatakan bahwa *gay* muncul sebagai salah satu bentuk seksualitas ketika dialihkan dari praktek sodomi menjadi semacam androgini (percampuran dari ciri-ciri maskulin dan

feminin) batin (Foucault, 2007: 65). *Gay* sering juga disebut sebagai MSM (*Men who have Sex with Men*) atau LSL (Lelaki Suka Lelaki), artinya laki-laki yang melakukan aktivitas seksual dengan lelaki lainnya tanpa memandang identitas seksual dirinya di masyarakat atau orientasi seksual yang dimilikinya (Sinyo, 2014: 7).

Istilah *coming out* mengacu bagaimana seorang *gay* membuka diri atas orientasi seksualnya. Pengertian dari pengungkapan diri itu sendiri dijelaskan sebagai satu bentuk terpenting dari komunikasi interpersonal di mana kita dapat melibatkan pembicaraan tentang diri kita sendiri, atau membuka diri. Dengan demikian, *Gay Coming Out* adalah *gay* yang telah mengungkapkan jati dirinya serta membuka diri baik itu pikiran, perasaan dan perilaku yang diceritakan secara sadar dan terbuka kepada orang lain. Seorang *gay* yang akan melakukan *coming out* biasanya melalui proses *coming in* terlebih dahulu, yakni proses penerimaan diri bahwa dirinya memiliki orientasi seksual yang menyukai sesama jenis. Seorang mahasiswa di sebuah universitas di Singapura berani melakukan pengungkapan diri (*coming out*) di hadapan teman-teman kuliahnya dengan cara berdiri di depan forum (Yulius, 2015).

Seluruh pria *gay* yang menjadi informan dalam penelitian ini harus telah menjalani '*coming out*'. Proses *Coming out* pada *gay* adalah hal yang penting, karena dengan melakukan *coming out*, seorang *gay* dapat menerima identitas seksual mereka yang merupakan bagian dari identitas secara keseluruhan diri mereka. Identitas personal dalam diri seseorang memiliki implikasi yang penting

bagi seseorang memahami diri dan juga dapat meningkatkan harga diri mereka. Walaupun ada juga kaum *gay* yang tak mau *coming out*, dengan alasan yang bersifat pribadi maupun karena alasan profesi. Sebelum *coming out*, biasanya seorang *gay* melalui proses *coming in*, yaitu penerimaan diri dengan menyadari bahwa dirinya *gay* dan yang bersangkutan menerima kondisi tersebut. Dalam konteks ini, seorang *gay* melakukan komunikasi intra pribadi yakni berbicara dan berdiskusi dengan dirinya sendiri terhadap status baru yang akan disandangnya berupa penerimaan dirinya sebagai *gay*.

Dalam penelitian ini, ada dua kategori yang peneliti maksud dengan *coming-out*, yakni: Pertama, *Fully coming-out*, telah menyatakan diri atau membuka diri sepenuhnya, terbuka pada **diri sendiri, keluarga, komunitas**, maupun **masyarakat**. Sebelum *coming out* biasanya melalui tahap *coming in*, yakni penerimaan diri bahwa dirinya mengakui dan menerima dirinya sebagai *gay*. Kedua, *Not fully coming-out*, hanya terbuka pada salah satu atau sebagian komponen. Yang sering terjadi, biasanya hanya belum *coming out* di masyarakat umum.

METODOLOGI

Paradigma Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma interpretif. Secara ontologis, paradigma ini menyatakan bahwa realitas bersifat sosial sehingga akan menumbuhkan bangunan teori atas realitas majemuk dari masyarakatnya (Salim, 2006: 62). Lebih lanjut dikatakan bahwa pendekatan interpretif cenderung menciptakan pola-pola teori, jaringan atau hubungan timbal balik sebagai hipotesis kerja bersifat sementara, lokal, dan spesifik. Penelitian ini menggunakan pendekatan subyektif yang berusaha mengungkapkan suatu masalah, keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya, untuk menjelaskan gejala dan fenomena secara akurat. Peneliti ingin mengeksplorasi bagaimana cara-cara orang berkomunikasi, pola komunikasi komunitas *gay* dengan sesama anggota dan dengan lingkungan masyarakat. Menurut pandangan subyektif bahwa individu sangat berperan dalam proses pembentukan realitas sosial. Lebih jauh dikatakan bahwa individu-individu dapat bekerjasama untuk menciptakan realitas bersama, namun realitas tersebut masih merupa-

kan suatu konstruksi subyektif yang dapat lenyap pada saat anggota-anggotanya tidak menerimanya (Pace & Faules, 1998: 6)

Metode Penelitian

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

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

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara mendalam (*Indepth Interview*)

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

Terkait dengan kerahasiaan dan melindungi privasi informan, terdapat rambu yang memonitor proses penelitian, yakni etika penelitian. Salah satu prinsip etika penelitian yang harus diperhatikan peneliti, antara lain menghormati **privasi dan kerahasiaan subjek penelitian** (*respect for privacy and confidentiality*). Penelitian adalah upaya menggali in-

formasi, seluk beluk peristiwa atau membangun opini terhadap sebuah situasi atau kejadian. Dalam konteks sosial, data berkaitan dengan seseorang, lembaga atau organisasi yang melekat dengan data yang digali. Penelitian ilmiah sewajarnya dan seharusnya menyembunyikan identitas demi rasa hormat. Teks, gambar, bahkan ornamen yang menunjukkan sebuah identitas, sudah selayaknya disembunyikan” (Bajari, 2015). Oleh karena itu peneliti wajib menjaga kerahasiaan informan dengan menyembunyikan nama asli dan identitas para informan.

2. Observasi (*Observation*)

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

Pada saat proses pengumpulan data, peneliti bebas hadir dalam setiap kegiatan baik rutin maupun event insidental yang diselenggarakan oleh Arus Pelangi. Untuk menjalin kedekatan dan menanamkan kepercayaan informan pada peneliti, peneliti bersikap *egaliter* dan menciptakan suasana kondusif dengan para informan. Ada beberapa teknik yang digunakan dalam observasi, sebagai berikut:

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

3. Focus Group Discussion (FGD)

Menurut Burhan Bungin, *Focus Group Discussion* (FGD) adalah sebuah teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian

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

4. Telaah Dokumen

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

Teknik Analisis Data

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

Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data (Validasi Data)

Menetapkan keabsahan data (*trustworthiness*) diperlukan teknik pemeriksaan (Moleong, 2004:121). Pemeriksaan atau uji terhadap keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan menggunakan empat kriteria, yakni: derajat keterpercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferabilitas*), ketergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Untuk menunjang kredibilitas, peneliti akan berusaha mempelajari situasi sosial dan budaya di lingkungan informan. Hal yang dilakukan

peneliti, yaitu: 1) Membicarakan dengan orang lain (*peer debriefing*). 2) Triangulasi, melalui tiga cara, yakni: Triangulasi Sumber, Triangulasi Teknik, Triangulasi Waktu. 3) *Member check* (Sugiyono, 2005:274).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Presentasi diri merupakan sebuah fakta dalam kehidupan sehari-hari bahwa sebuah kebutuhan untuk menampilkan diri dengan baik atau membuat sebuah kesan baik dihadapan orang lain, perilaku tersebut mengacu pada *Self Presentation* atau manajemen kesan. *Self Presentation* muncul ketika seseorang sadar bahwa dia dipandang oleh orang lain di sekitarnya. Tujuannya adalah membatasi apa yang diungkapkan, tetapi tetaplah akan bercerita sedikit tentang dirinya, bahkan walaupun mereka meyakini bahwa tidak akan membongki orang tentang siapa sesungguhnya dirinya. Berkaitan dengan interaksi, definisi situasi bagi konsep diri individu tertentu dinamakan Goffman sebagai presentasi diri.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba memahami bagaimana presentasi diri anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta dengan lingkungan sosialnya, dengan berlandaskan pada teori presentasi diri ala Goffman. Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Para *gay* mempresentasikan diri mereka sebagai upaya menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan. Dalam proses produksi identitas tersebut, ada suatu pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan mengenai atribut simbol yang hendak digunakan yang mendukung identitas yang ditampilkan secara utuh.

Dalam proses presentasi diri biasanya individu akan melakukan manajemen kesan (*impression management*). Pada saat ini, individu melakukan suatu proses dimana dia akan menyeleksi dan mengontrol perilaku itu dihadirkan serta memproyeksikan pada orang lain sebagai *image* yang diinginkannya. Manu-

sia melakukan hal tersebut, karena ingin orang lain menyukainya, ingin mempengaruhi mereka, ingin memperbaiki posisi, memelihara status dan sebagainya. Presentasi diri atau pengelolaan kesan dibatasi dalam pengertian menghadirkan diri sendiri dalam cara-cara yang sudah diperhitungkan untuk memperoleh penerimaan atau persetujuan orang lain. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial adalah untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, dan keberlangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Berkaitan dengan interaksi, definisi situasi bagi konsep diri individu tertentu dinamakan Goffman sebagai presentasi diri. Menurut Goffman, presentasi diri merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu tertentu untuk memproduksi definisi situasi dan identitas sosial bagi para aktor dan definisi situasi tersebut mempengaruhi ragam interaksi yang layak dan tidak layak bagi para aktor dalam situasi yang ada. Dalam banyak hal, kebanyakan atribut, milik atau aktivitas *gay* digunakan untuk presentasi diri termasuk busana dan aksesoris yang dikenakan, cara berjalan dan berbicara. Dengan mengelola informasi diberikan *gay* kepada orang lain, maka mereka akan mengendalikan pemaknaan masyarakat. Hal itu digunakan untuk memberi tahu kepada orang lain mengenai identitas mereka sebagai *gay*.

Setiap orang mempunyai cara berbeda dalam mempresentasikan diri mereka. Beberapa orang lebih menyadari tentang kesan publik mereka, beberapa orang lebih menggunakan presentasi diri yang strategik, sementara yang lain lebih menyukai membenaran diri (verifikasi diri). Perbedaan ini berkaitan dengan sifat kepribadian yang disebut dengan *self monitoring* yaitu kecenderungan mengatur perilaku-perilaku untuk menyesuaikan dengan tuntutan-tuntutan situasi sosial. *Self monitoring* merupakan kecenderungan untuk merubah perilaku dalam merespon terhadap presentasi diri yang dipusatkan pada situasi, serta menyesuaikan perilaku terhadap norma-norma situasional dan harapan-harapan dari orang lain. Begitu juga para *gay*, tentunya juga akan melakukan presentasi diri dengan lingkungan sosialnya.

Strategi presentasi diri yang digunakan seseorang menampilkan jati dirinya di lingkungan masyarakat bervariasi, yakni :

1. **Ingratiation** (mencari muka/menjilat). Tujuan strategi ini adalah supaya dipersepsi sebagai orang yang menyenangkan atau menarik. Taktik yang umum meliputi : memuji orang lain, menjadi pendengar yang baik, ramah, melakukan hal-hal yang memberi keuntungan pada orang lain dan menyesuaikan diri dalam sikap dan perilakunya.
2. **Intimidation** (mengancam atau menakut-nakuti). Strategi ini digunakan untuk menimbulkan rasa takut dan cara memperoleh kekuasaan dengan meyakinkan pada seseorang bahwa ia adalah orang yang berbahaya. Jadi berbeda dengan penjilat (*ingratiation*) yang ingin disukai, maka mereka justru ingin ditakuti. Strategi intimidasi lebih sering digunakan dalam situasi dimana meloloskan diri adalah tidak mudah.
3. **Self promotion** (promosi diri). Orang yang menggunakan strategi ini akan menggambarkan kekuatan dan berusaha untuk memberi kesan dengan prestasi mereka, biasanya dengan melebih-lebihkan tentang dirinya dan kemampuan dirinya.
4. **Exemplification** (pemberian contoh/teladan). Orang yang menggunakan strategi ini berusaha memproyeksikan penghargaannya pada kejujuran dan moralitas. Biasanya mereka mempresentasikan dirinya sebagai orang yang jujur, disiplin, dan baik hati. Kadang-kadang penampilan yang ditunjukkan ini memang keadaan yang sebenarnya, namun sering berusaha memanipulasi dan tak tulus dalam melakukannya.
5. **Supplication** (permohonan). Strategi ini memperlihatkan kelemahan atau ketergantungan untuk mendapatkan pertolongan atau simpati. Jika orang tak memiliki sumber-sumber yang dapat digunakan untuk melakukan strategi tersebut di atas, biasanya yang dilakukan adalah melakukan kritik pada diri sendiri.

6. **Self handicapping** (hambatan diri). Strategi ini digunakan ketika individu merasa egonya terancam karena kelihatan tidak mampu. Ketika mereka takut gagal dalam menjalankan tugas, maka mereka akan berpura-pura mengalami suatu hambatan atau rintangan sebelum atau selama kejadian yang mengancam egonya. Ini dilakukan agar harga dirinya tak hancur atau menurun.
7. **Aligning action** (meluruskan). Strategi yang digunakan dalam upaya individu untuk mendefinisikan perilaku mereka yang nampaknya diragukan karena sebenarnya bertentangan dengan norma-norma budaya. Cara-cara yang pada umumnya dilakukan adalah dengan taktik **disclaimers** (penyangkalan) yaitu pernyataan secara verbal dengan niat/tujuan menyangkal implikasi negatif dan tindakan-tindakan yang akan datang dengan mendefinisikan tindakan-tindakan ini tidak relevan dengan identitas sosial yang telah mereka miliki.
8. **Altercasting** (mengubah peran), yaitu menggunakan taktik untuk memaksakan peran dan identitas pada orang lain. Melalui strategi **altercasting**, manusia menempatkan orang lain dalam identitas situasi dan peran yang menguntungkan dirinya.
9. **Audience pleasing** (menyenangkan penonton), merupakan perilaku yang dirancang untuk membuat penonton merasa senang, misalnya membuat lawakan atau guyonan untuk membuat kesan sebagai diri yang menyenangkan.
10. **Self construction** (konstruksi diri) adalah presentasi diri yang dimaksudkan untuk membenarkan pandangan terhadap diri sendiri. Misalnya seseorang yang berpandangan bahwa dirinya baik hati sehingga berbuat kebaikan.

Dari penjabaran di atas dan berdasarkan observasi yang peneliti lakukan terhadap *gay Coming Out & Not Fully Coming Out* di Jakarta dapat disimpulkan bahwa presentasi diri yang digunakan oleh para informan meliputi dua tataran *back stage* (panggung belakang) dan *front stage* (panggung depan). Dengan demikian ada

perbedaan mempresentasikan diri pada panggung depan dan panggung belakang pada dua kelompok *gay* yang telah seutuhnya *coming out* dikomparasi dengan yang belum sepenuhnya *coming out*. Pada panggung belakang (*back stage*), strategi presentasi diri yang dilakukan baik oleh mereka yang telah seutuhnya *coming out* maupun pada anggota komunitas *gay* yang belum sepenuhnya *coming out* (*not fully coming out*), kedua kelompok ini sama-sama menunjukkan eksistensi dan identitas dirinya sebagai *gay* dengan membuka diri (*mletek, melela*) kepada sesama anggota komunitas *gay*, baik dengan satu komunitas maupun komunitas LGBT lainnya. Keterbukaan diri tersebut dilakukan dengan strategi *self promotion, exemplification*, serta *ingratiation*. Bagi yang belum membuka diri sepenuhnya, ada beberapa yang hanya membuka diri hanya di komunitas saja, ada juga yang komunitas dan keluarga. Namun tidak atau belum membuka diri pada masyarakat. Alasannya ada yang karena pekerjaan tak memungkinkan untuk membuka identitas diri atau menjaga perasaan keluarga.

Sedangkan pada panggung depan (*front stage*), ada perbedaan strategi presentasi diri pada anggota komunitas *gay* yang telah seutuhnya *coming out* dengan yang belum sepenuhnya *coming out*. Pada anggota komunitas *gay* yang telah seutuhnya *coming out*, dengan sangat yakin dan percaya diri yang besar mereka menunjukkan identitas mereka sebagai *gay*, bahkan ada beberapa yang terkesan melebih-lebihkan, sehingga tampak *over acting*. Strategi presentasi diri yang digunakan yaitu: promosi diri (*self promotion*) dan *ingratiation* (mencari muka). Asumsinya adalah: promosi diri (*self promotion*) dan *ingratiation* yang dilakukan oleh anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta melakukan *coming out* dengan cara melebih-lebihkan identitasnya sebagai *gay*. Terlepas pro kontra variasi pandangan masyarakat terhadap kaum *gay*, mereka bangga dengan identitasnya dengan cara mengumumkan tentang identitas dirinya kepada keluarga, komunitas, serta masyarakat.

Kebanggaan diri tersebut mereka tunjukkan dengan presentasi diri yang merefleksikan dirinya sebagai seorang *gay* baik dari komunikasi verbal, komunikasi non verbal, sikap, serta perilaku mereka secara sangat

terbuka dan tak ada yang ditutup-tutupi bahkan terkesan melebih-lebihkan, terutama ditunjukkan melalui komunikasi non verbal. Misalnya menutup mulut saat tertawa, cara bicara, cara berjalan, lirikan mata saat menatap laki-laki baik sesama *gay* maupun laki-laki hetero. Bahkan saat peneliti memfoto untuk dokumentasi, mereka bergaya berlebihan bahkan terkesan *lebay*. Mereka minta fotonya dicantumkan di disertai peneliti dalam ukuran besar (10 R). Begitupun saat kamera video mengarah ke wajah mereka, mereka *overacting* menampilkan wajah terbaiknya.

Sementara itu, dalam tataran panggung depan (*front stage*) pada anggota komunitas *gay* yang belum sepenuhnya *coming out*, strategi presentasi diri yang digunakan adalah : *exemplification* (menjadi contoh/teladan) dan *aligning action* dengan taktik *disclaimer* (penyangkalan). *Pertama*, presentasi yang ditampilkan adalah sebagai orang yang baik hati, jujur, dan patut menjadi panutan orang lain. *Kedua*, penyangkalan (*disclaimer*) yang dilakukan anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta adalah berupa ketertutupan atas identitas dirinya sebagai *gay* di lingkungan masyarakat. Mereka belum terbuka seutuhnya (*not fully coming out*). Mereka baru melakukan *coming out* hanya di keluarga dan komunitas saja, bahkan ada beberapa yang hanya di komunitas, sehingga keluarga dan masyarakat tak mengetahui identitasnya sebagai *gay*.

Taktik penyangkalan ini dilakukan karena sebenarnya mereka sendiri meragukan sikap dan perilaku mereka karena mereka tahu yang mereka lakukan bertentangan dengan nilai, agama, norma-norma, serta kepatutan yang berlaku di masyarakat. Ada juga beberapa informan yang menyembunyikan karena pekerjaan mereka tak memungkinkan untuk membuka diri secara utuh. Dengan demikian, mereka berupaya menyembunyikan identitas mereka sebagai *gay* di masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa presentasi diri anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta ada dua sisi, yakni yang satu melebih-lebihkan, sementara yang lainnya menyembunyikan identitasnya sebagai *gay*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tak semua kaum *gay* berkenan diketahui jati dirinya. Pada *gay* yang belum *coming out*, dalam melakukan aktivitas keseharian, misalnya bekerja atau menjadi mahasiswa tidak

akan menunjukkan identitasnya sebagai seorang *gay*. Yang bersangkutan akan menutup rapat dan menjaga rahasia jati dirinya. Dalam konteks presentasi diri di panggung depan (*front stage*), ia mempresentasikan dirinya bukan sebagai *gay*. Seluruh informan telah melakukan *coming out* yaitu membuka jati dirinya sebagai *gay* kepada orang lain, yang didahului oleh proses *coming in* yang merupakan penerimaan diri yang bersangkutan sebagai *gay*. Proses *coming in* pada setiap informan kemudian dilanjutkan dengan proses *coming out* yang merupakan keterbukaan jati diri sebagai *gay* kepada keluarga, komunitas, serta masyarakat.

Peristiwa komunikasi yang dialami akan menghasilkan pola komunikasi yang didukung oleh kompetensi komunikasi yang mengabstraksi hubungan dalam berbagai bentuk. Bentuk komunikasi bisa hanya pertemanan, kemudian berkembang menjadi persahabatan, hingga meningkat menjadi hubungan percintaan dan menjadi pasangan kekasih. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh tingginya intensitas komunikasi yang mereka lakukan. Walaupun ada beberapa *gay* yang tak meningkatkan status menjadi lebih dari sekedar pertemanan atau persahabatan saja. Untuk menambah teman di dunia maya, banyak *gay* memanfaatkan aplikasi melalui smart-phone. Aplikasi khusus *gay* ini bisa didownload melalui smart-phone, antara lain: ***Grindr, Jack'd, Hornet, Planet Romeo, Moovz, U2nite, BoyAhoj, Scruff, Badoo, Tagged*** dan ***Growlr***. Aplikasi-aplikasi tersebut bertujuan untuk mencari teman atau pasangan sesama *gay* yang belum dikenal namun mempunyai aplikasi yang sama dengannya, otomatis akan terkoneksi dalam radius 50 meter. Sebagian aplikasi lainnya dapat menjangkau beda kota dan negara.

Dari beberapa strategi presentasi diri, strategi yang digunakan oleh para informan *gay* meliputi dua strategi, yaitu: promosi diri (*self promotion*) dan penyangkalan (*disclaimer*). Asumsinya adalah: 1) Promosi diri (*self promotion*) yang dilakukan oleh *gay coming out* dengan cara melebih-lebihkan identitasnya sebagai *gay*. Mereka bangga dengan identitasnya dengan cara mengumumkan tentang identitas dirinya kepada keluarga, komunitas, serta masyarakat. Kebanggaan diri tersebut mereka tunjukkan dengan presentasi diri yang mere-

fleksikan dirinya sebagai seorang *gay* baik dari komunikasi verbal, komunikasi non verbal, sikap, serta perilaku mereka secara sangat terbuka dan tak ada yang ditutup-tutupi bahkan terkesan melebih-lebihkan. 2) Penyangkalan (*disclaimer*) dilakukan *gay not fully coming out* berupa ketertutupan atas identitas dirinya sebagai *gay* di lingkungan masyarakat. Mereka belum terbuka seutuhnya (*not fully coming out*). Mereka baru melakukan *coming out* hanya di keluarga dan komunitas saja, bahkan ada beberapa yang hanya di komunitas, sehingga keluarga dan masyarakat tak mengetahui identitasnya sebagai *gay*. Taktik penyangkalan ini dilakukan karena sebenarnya mereka sendiri meragukan sikap dan perilaku mereka karena mereka tahu yang mereka lakukan bertentangan dengan nilai, agama, norma-norma, serta kepatutan yang berlaku di masyarakat. Dengan demikian, mereka berupaya menyembunyikan identitas mereka sebagai *gay* di masyarakat.

Peristiwa komunikasi yang dialami akan menghasilkan pola komunikasi yang didukung oleh kompetensi komunikasi yang mengabstraksi hubungan dalam berbagai bentuk. Bentuk komunikasi bisa hanya pertemanan, kemudian berkembang menjadi persahabatan, hingga meningkat menjadi hubungan percintaan dan menjadi pasangan kekasih. Perubahan tersebut dipengaruhi oleh tingginya intensitas komunikasi yang mereka lakukan. Walaupun ada beberapa anggota komunitas *gay* yang tak meningkatkan status menjadi lebih dari sekedar pertemanan atau persahabatan saja. Teman sehati lebih dibutuhkan untuk saling menguatkan untuk bersama-sama menghadapi stigma negatif, *bullying*, dan diskriminasi yang diberikan oleh masyarakat.

Hubungan yang dibina antara sesama anggota komunitas *gay* Arus Pelangi Jakarta bisa berawal dari hubungan pertemanan biasa, yang akhirnya dengan berjalannya waktu bisa menjadi dua bentuk hubungan yang lebih dekat dan intens, yakni hubungan persahabatan dan hubungan kekasih. Hubungan kekasih bisa melalui satu tahap atau dua tahapan bentuk hubungan. Hubungan satu tahap adalah diawali hubungan pertemanan dan kemudian meningkat menjadi hubungan percintaan sehingga menjadi hubungan kekasih, tanpa melalui hubungan persahabatan. Sedangkan

hubungan dua tahap merupakan hubungan yang melalui tahap persahabatan lebih dahulu kemudian dengan berjalannya waktu berubah menjadi hubungan kekasih. Dari hubungan persahabatan memungkinkan berkembang menjadi hubungan kekasih. Pengembangan hubungan ini bisa melalui tebar pesona atau *word of mouth*. Pada tataran hubungan kekasih, dapat terbagi menjadi tiga tipe hubungan kekasih. *Pertama*, jika dalam menjalani hubungan kekasih tersebut dirasakan nyaman, maka hubungan intim akan terjadi pada tataran ini. Biasanya pasangan *gay* akan melakukan hubungan seksual sesuai peran seksual yang disepakati bersama, dimana ritual seksual merupakan bumbu untuk merekatkan hubungan pasangan ini. *Kedua*, jika dalam hubungan kekasih yang berlangsung cukup intens ternyata lama kelamaan ditemui banyak ketidakcocokan, sehingga rasa nyaman bahkan rasa sayang mulai hilang, maka salah satu atau kedua pasangan tersebut saling menjaga jarak. *Ketiga*, ketika konflik diantara pasangan *gay* sudah mulai sering terjadi, maka biasanya salah satu pasangan akan memutuskan hubungan atau hubungan berakhir atas kesepakatan bersama.

Komunikasi bisnis terjadi saat seorang *gay* menjalin interaksi dengan *gay* lainnya, dimana awal pertemuan dimaksudkan untuk pertemanan, berkembang menjadi persahabatan. Dan kemudian dapat menjadi hubungan kekasih maupun hubungan komersial. Hubungan komersial yang didasarkan pada bisnis ini ditandai dengan transaksi uang secara cash maupun transfer, disebut dengan istilah “ngucing”, yang pelakunya disebut “kucing”.

SIMPULAN

Simpulan

1. Keterbukaan *gay coming out* pada keluarga, komunitas, dan masyarakat didahului proses *coming in*, yaitu penerimaan dirinya sebagai *gay* yang membentuk identitas diri dan konsep diri.
2. Peran teman sehati antar sesama *gay* menjadi penting ketika seorang *gay* mencari jawaban atas orientasi seksualnya, dan menjadi stimulus untuk membuka diri kepada orang lain yang mempunyai kesamaan dengannya dengan berbagi pengalaman, ber-

interaksi, dan berkomunikasi intensif. Komunikasi bisnis terjadi saat seorang gay menjalin interaksi dengan gay lainnya, dimana awal pertemuan dimaksudkan untuk pertemanan, berkembang menjadi persahabatan. Dan kemudian dapat menjadi hubungan kekasih maupun hubungan komersial. Hubungan komersial yang didasarkan pada bisnis ini ditandai dengan transaksi uang secara cash maupun transfer, disebut dengan istilah “ngucing”, yang pelakunya disebut “kucing”.

3. Presentasi diri *gay* Jakarta pada panggung depan (*front stage*) yang telah sepenuhnya *coming out* akan melakukan taktik promosi diri bahkan melebih-lebihkan. Namun pada *gay* yang belum sepenuhnya *coming out* akan melakukan *disclaimer* dengan berusaha menyangkal dan menyembunyikan identitas dirinya sebagai *gay*. Namun pada panggung belakang (*back stage*), *gay* yang telah maupun belum sepenuhnya *coming out*, sama-sama melakukan strategi *self promotion* sebagai teknik presentasi diri mereka dengan cara membuka diri, terutama di komunitas *gay*.
4. Penggunaan media sosial serta aplikasi jejaring sosial khusus *gay* yang dapat di-download melalui *smartphone*, seperti: *Grindr*, *Jack'd*, *Hornet*, *Planet Romeo*, *Moovz*, *U2nite*, *BoyAhoj*, *Badoo*, *Struff*, *Tagged*, dan *Growlr*, sangat menginspirasi *gay* dalam diskusi maupun berbagi pengalaman dengan *gay* lainnya.

Rekomendasi

1. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan menguak lebih dalam tentang kehidupan pribadi para informan *gay* yang berbeda lokasi atau berbeda kota, dengan mengaplikasikan studi komparatif antara *gay* yang 'belum *coming out*' dengan *gay* yang 'telah *coming out*'.
2. Secara metodologis, penelitian ini dapat dilanjutkan dengan pendekatan kuantitatif atau mix antara kualitatif dan kuantitatif, serta dapat juga ditelaah dengan pendekatan kritis.
3. Penguatan agama dan hubungan antar anggota keluarga yang humanis, harmonis, serta erat/akrab menjadi solusi agar

generasi bangsa tak terperangkap dalam kilau LGBT.

Perlunya duduk bersama antara pemerintah, LSM LGBT khususnya *gay*, dan tokoh masyarakat untuk menyikapi permasalahan *gayphobia* pada masyarakat. Realitanya, keluarga sebagai unit terkecil dari masyarakat yang justru sering melakukan kekerasan, *bullying* dan intimidasi hingga tindakan pengusiran pada anggota keluarganya yang memilih menjadi *gay* sebagai orientasi seksualnya. Di sisi lain, para mantan *gay* atau *gay* yang sedang berproses menjadi hetero harus juga dilindungi dari penghinaan dan *bullying* kaum *gay* yang heterophobia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bajari, Atwar. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. (2003). *Metode Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Creeber, G. dan Martin, R. (2009). *Digital Cultures: Understanding New Media*. England: McGraw Hill.
- Denzin, Norman K, and Lincoln, Yvonna S. (Eds). (2011). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication, Inc.
- Fisher, Simon dkk. (2000). *Working With Conflict: Skills and Strategies for Action*. New York: Zed Book Ltd.
- Foucault, Michael. (1997). *The History of Sexuality*. New York: Vintage Books.
- Gudykunst, William B. (2005). *Theorizing Interpersonal Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Kuswarno, Engkus. (2011). *Etnografi Komunikasi: Pengantar dan Contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Lindlof, Thomas R. (1995). *Qualitative Communication Research Methods*. California: Sage Publication.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss, (2011). *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication)*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. (1992). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Source Book*. Thousand Oaks CA: Sage Publication Inc.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne & Faules, Don F. (1998). *Organizational Communication*. Englewoods Cliffs, New York: Prentice Hall
- Salim, Agus. (2006). *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Cetakan ke-2. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Snyder, Mark. (1987). *Interpersonal Processes: The Interplay of Cognitive, Motivational, and Behavioral Activities in Social Interaction*. New York: Oxford University Press.
- Sudibyo, Agus. (2004). *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Yogyakarta: ISAI.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Yulius, Hendri. (2015). *Coming Out*. Jakarta: PT Gramedia.
- www.international.republika.co.id, diunduh pada 30 Februari 2018