

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak pernah dapat terlepas dari kegiatan berinteraksi antar sesama manusia. Haryanto dan Nugrohadhi menyatakan bahwa tanpa interaksi sosial tak mungkin ada kehidupan bersama karena interaksi adalah syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial (Haryanto dan Nugrohadhi, 2011 : 214). Interaksi sosial antar manusia dapat terjadi karena adanya kotak sosial dan komunikasi (Gillin dalam Haryanto dan Nugrohadhi, 2011 : 215). Pada jaman modern seperti ini, tidak ada satupun manusia yang tidak pernah berinteraksi dengan sesamanya sepanjang hidupnya. Sejak kecil seorang anak juga telah diajarkan untuk berinteraksi dengan sesama. Apapun yang dilakukan manusia selama hidupnya, salin berinteraksi selalu menjadi dasar yang kuat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada sesama, tentunya melalui media-media yang ada.

Dalam keseharian manusia, kegiatan interaksi sosial yang paling sering dilakukan yaitu saling berkomunikasi. Haryanto dan Nugrohadhi (2011 : 214) menyatakan bahwa komunikasi menjadi dasar dari kehidupan sosial atau proses sosial. Kesadaran dalam berkomunikasi antar manusia menjadi penyebab mereka dapat dijadikan satu kesatuan. Tetapi seiring perkembangan waktu pola komunikasi manusiapun berubah karena adanya perkembangan teknologi komunikasi. Internet (*interconnection networking*) merupakan salah satu penanda perkembangan teknologi komunikasi, Bungin menyatakan bahwa internet merupakan diverisifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, computer, dan televisi (Bungin, 2006 : 113)

Perubahan interaksi sosial manusia khususnya dalam kegiatan komunikasi antar pribadi maupun kelompok dapat dilihat melalui pola komunikasi manusia yang dahulunya secara *face to face* kini berubah menjadi *account to account*

memalui perangkat yang digunakan. Di Indonesia perkembangan teknologi komunikasi pun cukup pesat khususnya dalam penggunaan internet. Pada akhir tahun 2013 Indonesia merupakan negara yang memiliki pengguna internet terbesar di Asia Tenggara yaitu sebesar 74,6 juta orang. Internet di Indonesia saat ini sudah menjadi kebutuhan primer untuk para penggunanya, selain untuk kebutuhan dalam bidang bisnis, perbankan dan pendidikan, perkembangan pola komunikasi khususnya dalam berinteraksi sosial melalui internet juga menjadi salah satu faktor penting besarnya pengguna internet di negara ini.

Gambar 1.1

Data Pengguna Internet di Asia Tenggara



Sumber : *id.techinasia.com* (diakses pada 27 Juni 2015 pukul 20:08 WIB)

Dan pada tahun 2014 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia telah mengalami peningkatan hingga 82 juta orang dan diperkirakan akan terus meningkat hingga tahun 2015. Jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 80 persen didominasi oleh remaja berusia antara 15-19 tahun. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia (*kominfo.go.id* diakses pada 27 November 2014). Penggunaan internet yang cukup besar di Indonesia juga didukung oleh kehadiran *smartphone* atau yang disebut dengan telepon pintar. Saling

berinteraksi dan hiburan masih menjadi kegiatan utama yang dilakukan oleh pengguna *smartphone*.

Masyarakat pengguna *smartphone* tidak jarang menjadi korban dari perkembangan teknologi komunikasi saat ini, mereka lebih cenderung bersikap anti sosial, kurang berinteraksi sosial dengan orang lain dan enggan untuk bersosialisasi dan memilih untuk memainkan telepon seluler dan mencari berbagai informasi. Hal ini yang membuat berkurangnya interaksi sosial secara langsung ditengah masyarakat dan masyarakat lebih memilih untuk terbiasa hidup di dalam duni virtual.

Beberapa kelompok tertentu pun memanfaatkan kebiasaan di dunia virtual untuk membentuk suatu komunitas. Salah satunya adalah komunitas Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender atau yang biasa disingkat dengan sebutan LGBT. Mereka membentuk komunitas ini karena banyak masyarakat luas yang bernaggapan bahwa menjadi bagian dari kaum LGBT hanya menjadi aib yang dapat memalukan diri sendiri, keluarga, dan lingkungan sekitarnya. Penerimaan kaum LGBT di Indoneia cukup menjadi satu hal yang kontroversial khususnya dalam aspek hukum, agama dan sosial budaya. Laporan *Global Attitudes Project* oleh *Pew Research* menyatakan bahwa mengenai sikap terhadap homoseksualitas menunjukkan adanya penolakan terhadap homoseksualitas oleh 93 % responden *survey* di dalam negeri dan hanya ada 3% yang bersikap menerima (Laporan LGBT Nasional – Hidup Sebagai LGBT di Asia). Namun kenyataannya kaum LGBT khususnya kaum gay semakin menunjukkan keberadaan mereka dengan membentuk sekumpulan dari beberapa orang untuk membentuk suatu komunitas.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih kaum gay sebagai subjek dalam penelitian ini karena kaum gay dianggap memiliki perbedaan perilaku dibandingkan dengan kaum lain yang tergabung dalam komunitas LGBT. pada kehidupan kaum gay ada yang berperan sebagai laki-laki dan perempuan, berbeda dengan waria yang dapat terlihat jelas perilaku mereka sebagai perempuan. Peran sebagai laki-laki atau perempuan dalam kaum gay terjadi pada saat mereka melakukan hubungan seks dan tidak terjadi secara mutlak karena pada saat berhubungan dengan pasangan lain peran mereka dapat berubah lagi (Andini,

2013 : 3). Selain itu juga, dalam komunitas LGBT, eksistensi kaum gay di Indonesia dianggap lebih menonjol dibandingkan dengan kaum lesbian, meskipun kaum gay sering disebut-sebut dengan nada yang sumbang dikalangan masyarakat, kaum lesbian lebih jarang disebut (Oetomo dalam Karangora, 2012 : 2).

Komunitas LGBT khususnya kaum gay menggunakan perkembangan teknologi untuk saling berinteraksi dengan sesamanya dan mencari pribadi yang sama dengan mereka. Dengan menggunakan aplikasi media sosial yang ada mereka dapat saling berinteraksi satu sama lain. Beberapa media sosial yang populer digunakan oleh kaum gay di Indonesia yaitu *Grindr*, *Scruff*, *Bender*, *Planet Romoe*, *Gaydar* dan *Moovz* (id.techiniasia.com, diakses pada 27 November 2014 pukul 14 : 00 WIB). Pengguna cukup mengunduh, membuat akun dan dengan mudah dapat melihat profil dari kaum gay yang juga menggunakan media sosial tersebut. Seiring dengan perkembangan waktu, kemunculan media sosial untuk kaum gay terus bertambah, salah satunya yaitu media sosial GROWLr. Aplikasi Media sosial GROWLr hadir dengan fungsi yang lebih spesifik, selain digunakan oleh para kaum gay, media sosial ini hadir sebagai media sosial untuk menampung para gay yang bertubuh besar atau yang disebut dengan istilah *gay bears*. Kriteria kaum gay yang berbadan besar atau yang disebut dengan *gay bears* adalah pria berbadan besar yang memiliki rambut halus dalam jumlah yang banyak disekujur tubuhnya. Kebanyakan yang memiliki kumis atau brewok. tetapi ada juga yang mukanya mulus dicukur bersih dan memiliki badan besar atau disebut dengan *chub* (*gayindonesia.net*, diakses pada 27 Juni 2015 pukul 21 : 05 WIB).

Media sosial GROWLr hadir sebagai wadah untuk para kaum gay yang berbadan besar karena secara kehidupan nyata, orang bertubuh besar atau gemuk merasa kurang percaya diri ketika harus tampil di depan umum. Orang yang bertubuh gemuk cenderung akan merasa minder dan juga takut ketika harus tampil karena takut akan menjadi bahan olok-olokkan dan juga bahan perbincangan orang banyak (*www.diethuteri.com*, diakses pada 6 April 2015 pukul). Menurut *British Population Survey* (BPS) pada tahun 2014, jumlah pria gemuka enam kali lebih banyak dari 10 tahun yang lalu. Sementara itu untuk

wanita adalah 3,5 kalinya dibandingkan dengan tahun 2004 (*health.kompas.com*, diakses pada 7 April 2015 pukul 21:00 WIB). Dengan adanya media sosial GROWLr ini para pria yang bertubuh besar khususnya mereka yang tergabung kedalam komunitas gay dapat melakukan interaksi dengan sesamanya yang juga memiliki tubuh yang besar dan tidak perlu merasa minder dengan bentuk tubuhnya, karena pengguna GROWLr telah mencapai lebih dari 4 juta kaum gay yang bertubuh besar yang tersebar di seluruh dunia (*www.growlapp.com*, diakses pada 27 November 2014 pukul 13:00 WIB). Selain itu menurut Ranker.com media sosial GROWLr berada pada peringkat ke 13 dari *86 TOP LGBT social network*.

Gambar 1.2

Website Media Sosial GROWLr



Home Shop Advertise iPhone Android

GROWLr

The Bear Social Network

GROWLr is the complete social networking app for gay bears. And it's FREE. With over 4,000,000 GROWLr members, you can view profiles from around the world or right in your own neighborhood. Send and receive private messages, pictures, or voice memos. Complete and up-to-date bear run and bear bar listings. Checkin features, notes and more.

Like 36,993 people like this. Be the first of your friends.

[Download for iPhone now.](#) [Download for Android now.](#)

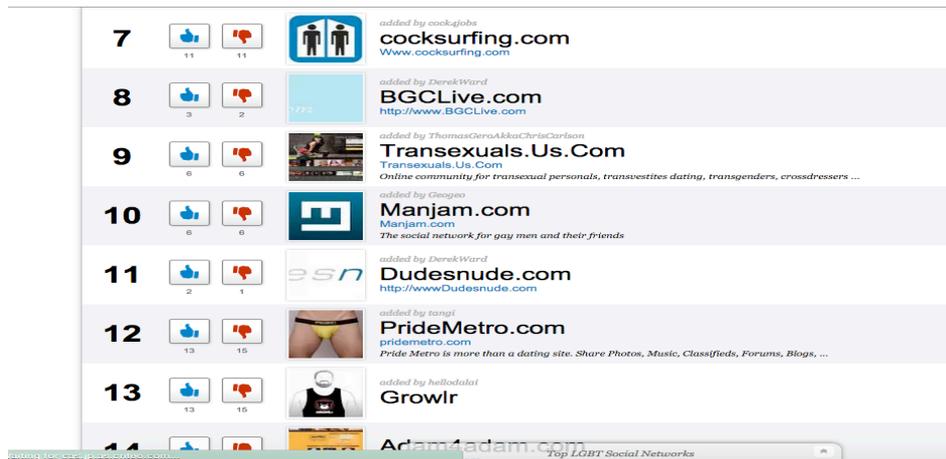
Available on the **App Store**

Available in **Android Market**

Sumber : *www.growlapp.com* (diakses pada 27 November 2014 pukul 15:30 WIB)

Gambar 1.3

Posisi Media Sosial GROWLr pada Ranker.com



www.ranker.com (diakses pada 27 November 2014 pukul 15:45 WIB)

Penggunaan media sosial GROWLr tidak berbeda jauh dengan media sosial lainnya, pengguna dapat mengirim pesan pada pengguna GROWLr lainnya dan dapat memulai perbincangan satu sama lain sehingga dapat membentuk terjadinya interaksi sosial karena syarat terjadinya interaksi sosial yaitu komunikasi dan kontak sosial, Kontak sosial disini dapat terjalin ketika dari proses komunikasi di media sosial GROWLr mereka kemudian bertemu secara tatap muka atau secara langsung dan melakukan kontak sosial.

Perkembangan media sosial khusus gay menjadi ketertarikan tersendiri bagi penulis untuk melakukan penelitian yang berhubungan langsung dengan pengguna media sosial untuk kaum gay yang berbadan besar yaitu media sosial GROWLr. Adapun peneliti menjadikan kaum gay sebagai pengguna GROWLr untuk menjadi informan dalam penelitian ini agar peneliti dapat mengetahui bagaimana interaksi sosial yang terjalin antar kaum gay yang menggunakan media sosial GROWLr. Interaksi sosial yang akan peneliti kaji dalam penelitian ini yaitu mengenai motif penggunaan GROWLr bagi kaum gay yang mana motif

tersebut termasuk ke dalam motif sosiogenis yang terdiri dari motif ingin tahu, motif cinta, dan kebutuhan akan pemenuhan diri (Rakhmat, 2007 : 39), selain itu juga peneliti ini mengkaji mengenai struktur bahasa yang digunakan oleh kaum gay yang menggunakan media sosial dengan menggunakan interaksi simbolik berdasarkan konsep yang dikembangkan oleh Blumer dalam Mufid (2010 : 165-166) yang terbagi ke dalam *mind*, *language* dan juga *thought*.

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti hendak mengangkat penelitian yang berjudul **“ANALISIS INTERAKSI SOSIAL KAUM GAY PADA MEDIA SOSIAL GROWLr (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA PENGGUNA GROWLr)”**

1.2 Fokus Penelitian

Fokus masalah dalam penelitian ini secara umum adalah : Bagaimana interaksi sosial yang terjalin pada para pengguna GROWLr?

Kemudian agar penelitian tidak menyimpang dari tujuan peneltiian yang hendak dicapai, maka peneliti mengidentifikasi pokok permasalahan yang akan diteliti. Adapun fokus penelitian secara khusus yaitu :

1. Bagaimana motif penggunaan GROWLr bagi kaum gay?
2. Bagaimana sturuktur bahasa yang digunakan kaum gay saat berkomunikasi pada media sosial GROWLr.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian yang akan dicapai adalah untuk mengetahui proses interaksi sosial yang terjalin antar komunitas gay pada media sosial GROWLr. Sedangkan tujuan khusus dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan mengenai motif penggunaan GROWLr bagi kaum gay.
2. Untuk memahami struktur bahasa ang digunakan kaum gay saat berkomunikasi pada media sosial GROWLr.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis :

1.4.1 Aspek Teoritis :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan dan memberikan pemahaman mengenai nilai-nilai yang terkandung dalam interaksi sosial pada sesama manusia
2. Diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Ilmu Komunikasi serta dapat dijadikan bahan acuan bagi teman-teman peneliti di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai perkembangan teknologi komunikasi
3. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan studi banding bagi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian yang sama di masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan agar hasil penelitian ini, dapat menambah pengetahuan mengenai metode etnografi virtual dalam penggunaannya untuk mengkaji perkembangan komunikasi di media sosial.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian kualitatif, penelitian harus lebih sistematis agar diperoleh hasil penelitian yang sistematis pula. Untuk itu peneliti menggunakan bahasa tahapan penelitian etnografi yang dikenal dengan siklus penelitian etnografi yang dikemukakan oleh Spradley dalam Arif (2012 : 176-178). Adapun tahap penelitian etnografi yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut :

1. Pemilihan proyek etnografi

Tahapan pertama dimulai dengan memilih suatu proyek penelitian etnografi dengan mempertimbangkan ruang lingkup penelitian

2. Pengajuan pertanyaan etnografi

Pada tahap penelitian ini peneliti mengajukan pertanyaan etnografi menunjukkan bukti yang cukup referensial ketika hendak melakukan wawancara, termasuk ketika etnografer sedang melakukan observasi dan membuat catatan lapangan

3. Pengumpulan rekaman etnografi

Tahap berikutnya dari siklus penelitian etnografi adalah mengumpulkan data lapangan. Melalui observasi partisipan, peneliti akan mengamati aktivitas orang di media online dan offline, karakteristik fisik situasi sosial dan apa yang akan menjadi bagian dari tempat kejadian. Singkatnya semua data tentang kehidupan sehari-hari subjek penelitian perlu digali dan dipahami oleh seorang peneliti melalui instrument penggali data.

4. Pembuatan rekaman etnografi

Tahap ini memberikan penekanan kepada kemampuan peneliti untuk mencatat dan merekam semua kegiatan penelitian yang sedang dan telah dilakukan. Mulai dari mencatat hasil wawancara dan observasi, dan mengambil gambar atau foto

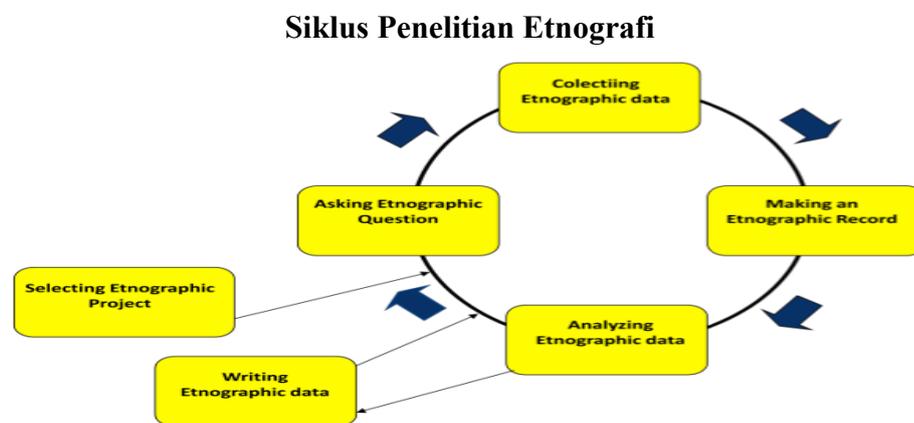
5. Analisis data etnografi

Dalam penelitian etnografi, analisis data tidak dilakukan diakhir pekerjaan, tapi dilakukan pada saat melakukan pekerjaan. Karena analisis data tidak perlu menunggu data terkumpul banyak. Analisis data yang dilakukan pada saat penelitian akan memperkaya peneliti untuk menemukan pertanyaan baru terkait data yang diperoleh, sehingga dengan munculnya pertanyaan baru ini, akan memperkaya dan memperdalam penelitian yang dilakukan.

6. Penulisan sebuah etnografi

Tahapan ini merupakan tahap terakhir dalam siklus penelitian etnografi. Pada tahap ini wajib menyampaikan atau memaparkan hasil penelitiannya. Mengingat sifat etnografi yang natural, maka pemaparan yang dilakukan harus dilakukan secara natural, seperti layaknya proses alami yang dialami seorang manusia ketika berada dalam sebuah lingkungan budaya.

Gambar 1.4



Sumber : Spradley dalam Arif (2012 : 17)

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Penelitian ini dapat dilakukan dimana saja karena fokus penelitian etnografi virtual tidak terkait dengan tempat karena dilakukan secara virtual atau melalui media komunikasi yang berbasis *online*. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara *online* pada media sosial GROWLr dan mengkonfirmasi data yang diberikan secara dengan bertemu secara langsung dengan para pengguna GROWLr yang berdomisili di Kota Bandung.

1.6.2 Waktu penelitian di lapangan dilaksanakan mulai pada bulan November 2014. Rinciannya dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini

Tabel 1.1
Waktu Penelitian

Kegiatan	Bulan						
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei
Persiapan penyusunan proposal Bab I-Bab III							
Pengumpulan data berupa literatur dan observasi tahap awal							
Pengumpulan data melalui observasi dan wawancara							
Penyelesaian data meliputi kesimpulan dan saran							

Sumber : Olahan Peneliti 2015