

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini menganalisis bagaimana strategi *Romantic Relationship* kaum *Gay* dalam mencari pasangan melalui salah satu media sosial Facebook yang digunakan sebagai media komunikasi kaum *Gay* secara *virtual*. Menggunakan salah satu fitur “grup” yang ada di aplikasi media sosial Facebook. Peneliti tertarik dengan salah satu grup Facebook yang bernama "Grup *Gay* Surabaya Pusat" sebagai objek studi kasus, yang terdiri dari kaum minoritas dengan mempunyai tujuan yang sama, yaitu untuk berinteraksi dalam mencari pasangan. Studi kasus ini bertujuan untuk mendapatkan lebih dalam informasi bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh anggota grup dalam membangun *Romantic Relationship* secara *virtual*.

Kaum *Gay* merasa dirinya hanya tertarik secara fisik kepada individu sesama jenis kelamin, yaitu sesama pria (Syam et al, 2021:11). Orientasi seksual individu *Gay* memiliki kecenderungan psikologis, emosional dan sosial terhadap kaum sejenis (Rahmawati et al 2022:620). Seharusnya, pria dan wanita dapat hidup berdampingan dengan melanjutkan hidup yang setara dan harmonis begitu juga sebaliknya (Sari Nur Azizah, 2013:40).

Menurut (Asti Musman, 2021:15) Kaum *Gay* seringkali memilih untuk menyembunyikan identitas mereka karena merasa takut dan enggan jika identitas orientasi seksualnya terbongkar secara publik. Mereka meminimalisirkan persepsi negatif dari masyarakat dengan cara berbeda dalam penampilan karena melindungi

diri dari penilaian atau deskriminasi dari masyarakat. Sama dengan pasangan heteroseksual, tujuan umum kaum *Gay* juga membutuhkan beragam interaksi dengan sesama kaum *Gay* dalam *Romantic Relationship*(Andu, 2021:5).

Menurut peneliti dicabutnya kaum *Gay* sebagai gangguan mental (*mental disorder*) bukan berarti masyarakat menerima keberadaan kaum *Gay*. Masih banyak tanggapan dan respon negatif tentang keberadaan kaum *Gay* yang terlihat secara umum maupun tidak terlihat secara umum. Berkembang pesatnya kaum *Gay*, terutama di kalangan generasi muda, Hampir setiap negara kelompok minoritas telah menjadi identitas masyarakat yang tak terbantahkan. Di Indonesia fenomena suka sesama jenis, bukanlah sebuah fenomena yang baru (Pattiata, 2024:173).

Di kota Surabaya, tidak semua individu *Gay* memiliki akses atau tempat untuk bergabung dalam komunitas tertentu karena keberadaannya masih menjadi kontroversi karena masyarakat masih menjunjung tinggi moral, agama, norma sehingga Mereka yang tidak mempunyai komunitas *Gay*, cara yang mereka pilih untuk membuka diri dan berinteraksi adalah dengan cara saling bertukar pesan melalui media sosial sebagai salah satu tempat dalam menjalin hubungan dan berbagi pengalaman secara *virtual* (Permata& Zulfiningrum, 2022:15435).

Menurut (Yogestri dan Adhyatman, 2014:200) Pada saat ini di Indonesia yang mempunyai latar belakang adat ketimuran yang sangat kental dengan norma-norma sosial yang kental dan mengikat. Masyarakat akan memberikan sanksi sosial kepada individu berperilaku menyimpang seperti kaum *Gay* yang dihina dan tidak dianggap. Maka dengan berkembangnya zaman melalui media sosial Facebook

grup bisa sangat mudah menemukan komunitas yang sesuai dengan apa yang kita suka dan satu tujuan.

Kaum *Gay* memanfaatkan media sosial untuk komunikasi dan mencari pasangan berbasis internet saat ini populer dikalangan masyarakat. Media sosial adalah bentuk komunikasi elektronik yang bersifat *virtual* dengan bermacam macam seperti informasi, ide, emosi, pesan pribadi dan kontennya (Yasir, 2020:162). *Romantic Relationship* dalam dunia maya (*virtual*) sudah menjadi *trend* baru, dalam riset yang dilakukan oleh Jeffrey Hal, Profesor dari University of Kansas yang menumakan bahwa 7% pasangan menikah bertemu didunia maya pertama kali bertemu di media sosial seperti salah satunya Facebook.

Orang menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri selain berkomunikasi dan berinteraksi dengan audiens yang lebih luas, memberikan kesempatan bagi mereka untuk menunjukkan siapa diri mereka, baik dalam bentuk tulisan, gambar, video, atau berbagai konten lainnya, sesuai dengan cara mereka ingin dikenal oleh orang lain. (Gawa et al, 2023:15599). Kaum *Gay* dan anggota kelompok minoritas seksual lainnya menggunakan internet sebagai *platform* untuk aksi sosial, menjalani *Romantic Relationship*, dan membangun jaringan di kehidupan nyata (Fatimah & Febriana, 2023:91). Penulis juga menuliskan bahwa potensi seseorang bertemu jodohnya dalam dunia *online* yang cukup besar.

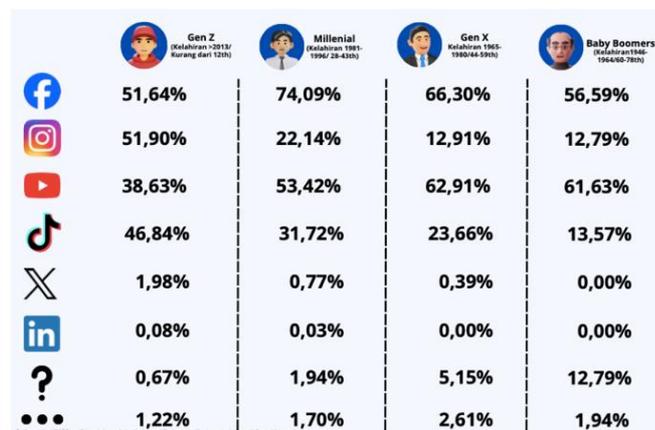
Menurut data survei tahun 2024 yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyedia Layanan Internet Indonesia (APJII) sebagian besar pengguna internet adalah golongan Gen Z (kelahiran 1997-2012) sebanyak 34,40%. Lalu, berusia generasi milenial (kelahiran 1981-1996) sebanyak 30,62%. Di zaman sekarang media sosial

menjadi komoditas utama di masyarakat, bahkan keberadaan media sangat berlimpah dan bahkan kita tidak bisa hidup tanpanya (Yasir, 2020:164). Aplikasi Facebook masih sering digunakan untuk berkomunikasi, walaupun bermunculan media pencari jodoh melalui aplikasi seperti Grinder, dsb. Melalui media Facebook grup ini mereka lebih bebas berekspresi dengan apa yang dirasakan dan dipikirkan secara spontan (Syahrudin et al, 2023:215).

Analisis akan fokus menganalisis bagaimana strategi anggota grup yang mencari pasangan melalui Facebook yang grup yang bernama "Gay Surabaya Pusat" untuk media mereka berkomunikasi. Peneliti tertarik tentang penggunaan aplikasi Facebook dengan adanya fitur grup bagi *Romantic Relationship* kaum Gay untuk memudahkan mereka dalam mencari pasangan yang sejenis. Jelas keunggulan melalui media Facebook grup ini, mereka sebelum bergabung mereka sudah tau apa tujuan untuk bergabung dengan grup.

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna Facebook dari semua generasi di Indonesia



Social Media by Generation – Survey APJII 2024

Sumber: *Dipstrategy.co*

Berdasarkan data survey dari APJII 2024 yang bersumber dari *Dipstrategy.co* pada gambar 1.1 diatas, terdapat Gen Z menggunakan media sosial yang sering digunakan adalah Instagram dan Facebook dengan persentasi tertinggi yang digunakan dengan Generasi Z, hingga data juga menunjukkan Generasi Millennial, Generasi X dan juga Baby boomers dari survey yang ada di gambar 1.1 persentasi tertinggi yang sering digunakan pengguna adalah media sosial Facebook, di Indonesia per Juni 2024. Media sosial sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan dunia nyata dari berbagai macam generasi. Facebook (FB) menjadi tempat media sosial dari berbagai macam generasi. Seperti halnya di Facebook hasilnya, percakapan, pengamatan, dan interaksi di situs jejaring sosial lebih santai, rendah risiko, bebas dari tekanan dan juga bisa menjadi tempat harapan dalam menemukan pasangan.

Seiring dengan tambahan fitur grup, pengguna Facebook bisa membuat grup sendiri dengan konteks yang lebih bebas. Selain grup formal seperti pendidikan. Contohnya, grup apa saja yang mempunyai tujuan dan pandangan yang sama. Batasannya, tidak hanya sebatas sekitar lingkungannya, tapi meliputi kesamaan tujuan, wilayah, dan lain-lain (Zaenal, 209:3). Hal ini dimanfaatkan juga oleh kaum *Gay* sebagai kaum minoritas ruang yang lebih luas untuk berinteraksi, mendapatkan dukungan, dan memperjuangkan hak-hak mereka.

Penulis tertarik dengan salah satu grup kaum *Gay* yang ada di aplikasi Facebook, "Grup *Gay* Surabaya Pusat" digunakan sebagai media komunikasi *Romantic Relationship* kaum *Gay* dalam mencari pasangan. Ini menunjukkan

bahwa individu dalam grup tersebut sangat memanfaatkan *platform* media sosial untuk memenuhi kebutuhan sosial, kebutuhan biologis dan emosional mereka.

Gambar 1.2

Profil grup Facebook *Gay* Surabaya Pusat



Sumber : Facebook “Grup *Gay* Surabaya Pusat”

Berdasarkan pengamatan peneliti, "Grup *Gay* Surabaya Pusat" tempat dimana seorang kaum *Gay* mempunyai tujuan yang sama sehingga mereka tidak malu untuk mengakui jati diri mereka yang mempunyai orientasi seksual sama. Fitur grup yang disediakan dengan aplikasi Facebook ini mudah diakses dengan siapa pun dan kapanpun mereka bebas ingin bergabung dengan grup tersebut. "Grup *Gay* Surabaya Pusat" tidak mempunyai batasan umur, yang dimana anggotanya dari umur 18 tahun hingga lanjut usia. Grup ini merupakan salah satu grup yang di isi oleh para kaum *Gay* yang ada di kota Surabaya. Grup yang dibuat 18 Juli 2024 ini sudah beranggotakan 12.000 orang. Menurut salah satu informan yang menjadi anggota "Grup *Gay* Surabaya Pusat" memilih media ini sebab mudah diakses, dinilai eksklusif dan memudahkan terhubung dengan beragam pihak yang memiliki

orientasi seksual serta tujuan *Relationship* yang sama. Beragam berita di grup ini dinilai lebih *up to date* sehingga berbeda dengan grup sejenis di berbagai media sosial lain yang cenderung pasif dan kurang *update*.

"Grup *Gay* Surabaya Pusat" umur tidak menjadi batasan untuk mengekspresikan diri dan mencari *Romantic Relationship* mereka secara bebas, karena Grup ini beranggotakan berbagai macam generasi dari Gen Z hingga Gen X di dalam Grup Facebook ini. Menunjukkan Media sosial memungkinkan individu dari kaum minoritas untuk terhubung dengan sesama anggota, baik secara lokal maupun global. Mereka dapat berbagi pengalaman, memperoleh dukungan emosional, dan mendapatkan informasi serta saran dari orang-orang yang mengalami situasi serupa.

Gambar 1.3



Anggota "Grup *Gay* Surabaya Pusat"

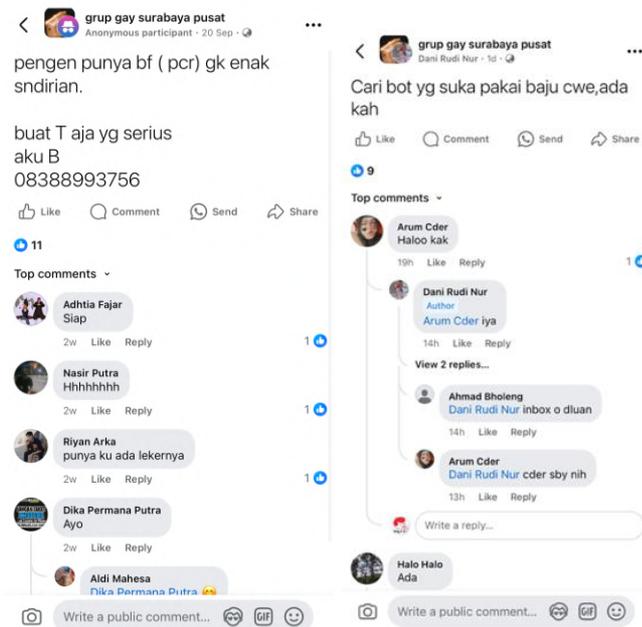
Sumber : Facebook "Grup *Gay* Surabaya Pusat"

Anggota aktif "Grup *Gay* Surabaya Pusat" dalam gambar 1.3 ini memperlihatkan salah satu strategi berkomunikasi anggota Generasi Z yang mengekspresikan dirinya secara bebas berupa foto dirinya sendiri dengan bertujuan mencari pasangan dari Generasi X. "Grup *Gay* Surabaya Pusat" membuktikan bahwa melalui media sosial Facebook berbagai macam Generasi bisa juga bertemu dan mengekspresikan orientasi seksualnya dengan secara terbuka, dan mereka merasa aman dengan keterbukaan diri mereka berada di dalam grup tersebut. ini didalam aplikasi tersebut menyediakan *platform* di mana mereka dapat berbicara secara terbuka tentang identitas, pengalaman, kebutuhan dan pandangan mereka tanpa takut diskriminasi atau penindasan yang terjadi di dunia nyata.

"Grup *Gay* Surabaya Pusat" ini menciptakan ruang aman untuk bebas berekspresi dalam mencari pasangan dan menjalaninya secara otentik. Dalam konteks grup *Gay* di Kota Surabaya, "Grup *Gay* Surabaya Pusat" digunakan sebagai media untuk mencari pasangan. Ini menunjukkan bahwa individu dalam grup tersebut memanfaatkan *platform* media sosial untuk memenuhi kebutuhan sosial, kebutuhan biologis dan emosional mereka.

Dengan menggunakan media sosial, seperti grup Facebook, anggota grup dapat mengembangkan strategi komunikasi personal yang sangat penting dalam konteks pencarian pasangan. Ini juga memperlihatkan bagaimana penggunaan komunikasi di dalam grup didorong oleh kesamaan identitas, baik itu orientasi seksual maupun tujuan bersama untuk menemukan pasangan.

Gambar 1.4



Anggota "Grup Gay Surabaya Pusat" dalam mencari pasangan

Sumber : Facebook "Grup Gay Surabaya Pusat"

Menurut pengamatan peneliti lebih dalam, anggota grup ini digunakan untuk kaum *Gay* dalam mencari *Romantic Relationship* dengan pasangan sejenis yang mereka inginkan, melalui berbagai macam fitur yang ada di Facebook. Salah satu fitur *update* status dengan cara teks ataupun gambar yang bisa dilakukan didalam aplikasi ini bisa digunakan di fitur grup dengan menunggu balasan jawaban dari anggota lain. Gambar 1.4 Menunjukkan bebasnya kaum *Gay* dalam mencari pasangan. Tidak hanya melalui fitur update status yang diposting secara terbuka, Facebook juga mempunyai fitur komunikasi secara personal yaitu fitur "Messenger" Mereka menggunakan fitur tersebut karena ingin bertukar pesan secara personal aplikasi tersebut sering disebut *Inbox*. Kaum *Gay* mempunyai ekspektasi dan harapan tertentu saat bergabung dengan grup tersebut, seperti

menemukan pasangan yang cocok, mencari teman, dan mendapatkan dukungan dari sesama anggota grup.

Ekspektasi ini dapat mempengaruhi persepsi dan pengalaman mereka dalam menggunakan grup tersebut. Penggunaan "Grup *Gay* Surabaya Pusat" juga mencerminkan konteks sosial dan kultural di kota Surabaya, di mana individu *LGBT* mungkin menghadapi stigma atau batasan dalam mencari pasangan secara terbuka. Dalam hal ini, media sosial dapat menjadi ruang aman bagi mereka untuk menjelajahi identitas dan memenuhi kebutuhan mereka.

Kaum *Gay* juga mempunyai komunikasi simbolik menciptakan sebuah budaya yang menjadikan identitas dalam kelompok dari hasil fantasi bersama. Pada setiap kesempatan, mereka akan menggunakan bahasa mereka sendiri baik, secara lisan dan tulisan pada saat untuk berinteraksi (Pudrianisa, 2022:714). Seperti ketika mereka mereka bertemu antar sejenisnya lalu mereka akan menggunakan bahasa lisan untuk mengelabui orang awam. Tujuannya menghindari persepsi negatif terhadap orang yang tidak dapat membaca pesannya (Pudrianisa, 2022:714).

Perannya kaum *Gay* dikelompokkan menjadi dalam 3 orientasi seksualnya, Dalam hubungan pasangan homoseksual, satu frasa menonjol sebagai pasangan "laki-laki" disebut *Top* lalu Wanita' disebut sebagai *Bot*, *Bottom*, atau *Boti*, dan jika peran keduanya disebut dengan *Vers*. *Gay Top* yang orientasi seksualnya sebagai pemberi ke sejenisnya dan *Bottom/Bot*, digunakan untuk menggambarkan seorang penerima. Yang terakhir adalah *Vers* adalah sebutan untuk Kaum *Gay* yang bisa menjadi laki lakinya atau perempuannya, yang bisa pemberi ataupun penerima.

Penelitian terdahulu dijadikan acuan untuk melakukan perbandingan. Penelitian yang dilakukan oleh (Fatimah & Febriana, 2023) Di era media baru ini, YouTube adalah salah satu situs berbagi video *online* yang paling banyak digunakan. Selain mendorong pertumbuhan artistik, situs berbagi video YouTube menyediakan tempat berlindung yang aman bagi anggota kelompok minoritas seksual, termasuk grup LGBT, untuk mengekspresikan diri secara bebas. Temuan penelitian ini mencakup penggambaran YouTuber homoseksual dari saluran Max & Yos, yang membahas cara pasangan *Gay* menggunakan YouTube untuk menampilkan identitas mereka. Pasangan *Gay* di Amerika Serikat secara terbuka menampilkan orientasi seksual mereka melalui video yang keluar, token digital seperti teks judul, kalimat yang diucapkan, gerak tubuh, foto profil, adegan cinta, gambar, ikonografi, dan film thumbnail yang diunggah. Pilihan warna di setiap film adalah cara lain kepribadian memmanifestasikan dirinya secara visual.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fatimah&Febriana, 2023:76) Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi media sosial melibatkan proses komunikasi dengan tujuan memperoleh informasi, berkenalan baru, bahkan menjalin hubungan. Di sini, kita melihat beberapa simbolisme bersama dalam bahasa lisan antara grup *Gay* dan grup lesbian. *Gaya* pakaian adalah salah satu contoh simbol non-verbal digunakan bersamaan dengan simbol lisan. Istilah "*lesbian*" dan "*Gay*" berfungsi sebagai pengenalan bagi individu dalam hubungan homoseksual dan dalam pencarian mereka akan kenalan *Gay*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi *Romantic Relationship* Kaum *Gay* dalam mencari pasangan pada Facebook “Grup *Gay* surabaya pusat”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi kaum *Gay* dalam mencari pasangannya melalui Facebook “Grup *Gay* surabaya pusat” sebagai media mereka untuk mencari pasangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara mendalam bagaimana strategi komunikasi *Romantic Relationship* kaum *Gay* dalam mencari pasangan yang menjadikan Facebook “Grup *Gay* surabaya pusat” ini sebagai media untuk berkomunikasi secara *virtual*.

1.4 Batasan Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah Studi Kasus pendekatan kualitatif. Objek yang diteliti adalah bagaimana kaum *Gay* membangun *Romantic Relationship* dan mencari pasangan melalui media sosial Facebook "Grup *Gay* Surabaya Pusat" Sedangkan subjek pada penelitian ini adalah anggota kaum *Gay* yang tergabung dalam Facebook "Grup *Gay* Surabaya Pusat"

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat mulai segi teoritis, segi praktis hingga segi manapun sehingga penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi semua yang sekiranya terlibat dalam penelitian ini. Manfaat tersebut

memberikan pengetahuan tentang *Romantic Relationship* lebih dalam terhadap kaum *Gay* dalam menemukan pasangan melalui salah satu fitur media sosial Facebook grup.

1.5.1 Manfaat Akademis

Penulis berharap pada penelitian ini dapat memperkaya bidang studi ilmu komunikasi dengan pembelajaran mengenai metode studi kasus khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi.

1.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini mampu menjadi sebuah referensi dalam penelitian-penelitian yang akan datang dan menjadi suatu bentuk pemahaman bagi masyarakat mengenai metode studi kasus.

1.5.3 Manfaat Sosial

Penelitian ini mampu memberikan informasi tentang kaum *Gay* di Kota Surabaya dengan memanfaatkan fitur media sosial Facebook Grup untuk menjadikan Grup ini sebagai tempat untuk berinteraksi dengan anggotanya. Kaum *Gay* bisa dengan mengekspresikan dirinya secara bebas.