

BAB II

“ANAK HARAM IBU PERTIWI¹”:

QUEER IDENTITIES INDONESIA DI MEDIA SOSIAL

Bagian ini akan menguraikan perkembangan *Queer Identities*, khususnya di media sosial yang menjadi *cyber media* paling populer beberapa tahun terakhir. Bab II ini disusun dengan mempertimbangkan kriteria *historical situatedness* untuk mengamati dan mencermati bagaimana posisi *Queer Identities* sebagai sebuah realitas sosial yang dikonstruksi melalui berbagai nilai sosial, politik, kultural, ekonomi, etnis, dan gender. Konstruksi tersebut kemudian menghadirkan sebuah realitas mengenai *Queer Identities* yang dipahami oleh sebagian besar masyarakat saat ini.

Proses historis ini ikut andil dalam perkembangan *Queer Identities*. Identitas Queer, dalam penelitian ini para LGBT, yang selama ini termarginalisasi dalam berbagai bidang, akhirnya memiliki kesempatan untuk mengekspresikan identitasnya secara bebas melalui media sosial. Namun dalam perkembangan pengekspresian identitas ini, proses marginalisasi pun turut berkembang. Ketika para LGBT melakukan proses perkembangan ekspresi identitas di media sosial, maka pihak-pihak yang sebelumnya melakukan memarginalisasi mereka di berbagai bidang turut berkembang ke ranah yang sama, yakni media sosial.

¹ Kalimat tersebut merupakan judul pengantar yang ditulis Dede Oetomo pada buku *The Gay Archipelago* yang ditulis oleh Tom Boellstorff pada tahun 2005.

Media sosial sendiri merupakan sebuah medium komunikasi yang bisa diibaratkan dengan istilah *bagai pisau bermata dua*. Di satu sisi, media sosial dengan prinsip *easy access* dan anonimitas memberikan segala kemudahan bagi manusia untuk mengekspresikan segala hal, mulai dari pendapat, hasil karya, maupun identitas. Namun di sisi lain, prinsip media sosial tersebut justru dimanfaatkan oleh beberapa pihak untuk melakukan tindakan-tindakan yang tidak bertanggung jawab.

Media sosial sebagai medium bisa dimaknai sebagai saluran, sebagaimana dijelaskan oleh Meyrowitz (dalam Nasrullah, 2014:5) *medium-as-vessel/conduit*. Dalam pendekatan ini, konteks atau isi dari media itu sendiri bisa dimaknai berbeda dan tidak tergantung pada jenis medianya. Hal ini berlaku untuk media sosial dimana ia (media sosial) berperan sebagai saluran penyampai pesan, tanpa adanya campur tangan dari institusi media sosial tersebut. Pada foto yang diunggah di Instagram misalnya dapat dimaknai atau dipersepsikan murni pada konteks foto itu sendiri. Reaksi yang muncul pun merupakan reaksi yang tertuju pada konteks foto, apa pun bentuk medianya. Instagram hanya menjadi sarana untuk menyebarkan foto tersebut.

2.1 *Queer Identities* dan Ekspresi Mereka dalam Media di Indonesia

Identitas *Queer*, dalam penelitian ini adalah LGBT, mulai dikenal di Indonesia sejak awal abad ke-20. Keragaman perilaku seksual dan orientasi seksual sebenarnya telah diketahui melalui seni pertunjukan, seni beladiri, kebatinan, dan perdukunan. Namun istilah homoseksualitas sendiri baru muncul di kota-kota

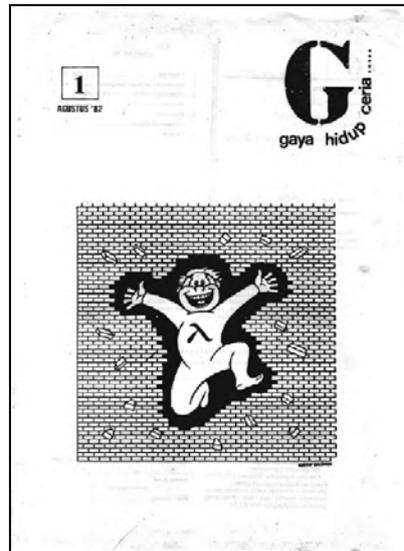
besar di Indonesia beberapa dasawarsa awal abad ke-20. Sedangkan istilah transjender baru muncul pada paruh kedua abad kedua puluh dan sekali lagi hanya di kota-kota besar (UNDP, 2013).

Identitas transjender pada awal kemunculannya dikenal dengan istilah wadam, yang dianggap lebih sopan daripada banci atau bencong yang pada waktu itu dianggap menghina. Perkembangan transjender di Indonesia ditandai dengan berdirinya organisasi Himpunan Wadam Djakarta (HIWAD) pada tahun 1969 yang difasilitasi oleh Gubernur DKI Jakarta Raya, Ali Sadikin. Pada perkembangannya, istilah wadam kemudian diubah menjadi waria (wanita-pria) pada tahun 1978. Pengubahan ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang beranggapan bahwa kata wadam (hawa-adam), yang mencatat nama seorang nabi (Adam) tidak patut digunakan untuk laki-laki yang yang mengekspresikan jendernya dengan cara yang lebih menyerupai perempuan. Terlepas dari perubahan istilahnya, organisasi yang bertujuan untuk menciptakan ruang sosial budaya yang aman bagi para transjender ini dengan cepat disusul oleh organisasi serupa di kota-kota besar lainnya (UNDP, 2013).

Pada masa itu, identitas transjender dipahami sebagai cacat psikologis. Oleh karena itu, organisasi-organisasi yang mewadahi para transjender tersebut berusaha untuk mendukung moral dan menunjukkan bahwa mereka adalah anggota masyarakat juga, sama seperti masyarakat yang dianggap normal lainnya.

Mengikuti jejak para transjender, kaum homoseksual di Indonesia kemudian mendirikan organisasi serupa, yaitu Lambda Indonesia yang diklaim sebagai organisasi nasional gay dan lesbian di Indonesia. Lambda Indonesia

berdiri pada 1 Maret 1982. Ekspresi identitas para kaum gay dan lesbian kemudian dituangkan dalam media massa yang mereka terbitkan sendiri dalam bentuk buletin berjudul G, dengan slogan “gaya hidup ceria.....”. Buletin G pertama kali terbit pada 1 Agustus 1982. Buletin ini menjadi satu ajang ekspresi identitas para kaum gay pada waktu itu. Dalam buletin G, mereka bisa mengekspresikan orientasi seksual mereka dalam bentuk artikel, puisi, cerpen, dan gambar-gambar ilustrasi. Selain itu, buletin ini juga memuat rubrik “Kontak Nasional” dan “Kontak Internasional” dimana para gay dan lesbian bisa bertukar informasi data diri satu sama lain (Mengenal Lambda Indonesia, 1982).



Gambar 2.1

Sampul edisi pertama buletin G pada Agustus 1982

(Diunduh dari <http://www.gayanusantara.or.id/> pada 22 Mei 2015 pukul 16.24 WIB)

Pada tahun-tahun sebelum 1970an identitas gay dan lesbian pada waktu itu diklaim sebagai penyakit psikologis, atau gangguan jiwa. Hal ini tercantum dalam Pedoman Penggolongan Diagnosis Gangguan Jiwa (PPDGJ) yang digunakan oleh kalangan psikolog, psikiater, pekerja kesehatan mental, dan mahasiswa kedokteran dan psikologi sebagai panduan resmi. Barulah pada tahun 1974, APA (American Psychiatric Association) mencabut homoseksual dari daftar penyakit gangguan jiwa. Ketetapan ini kemudian diadopsi oleh badan kesehatan internasional WHO, yang disusul oleh Departemen Kesehatan RI pada akhir tahun 1983 (Lovett, 1984).

Pada tahun 1984, buletin G edisi delapan mengumumkan di salah satu rubriknya yaitu “Berita Nasional” bahwa Dewan Editorial PPDGJ telah menyetujui dihapusnya kategori homoseksualitas sebagai gangguan kejiwaan. Namun sebenarnya, kategori tersebut tidak sepenuhnya dihapus. Terdapat dua

kategori, yakni homoseksualitas yang egodistonik, yaitu kategori untuk mereka yang merasa homoseksualitas dalam dirinya mengganggu dan menjadi hambatan untuk mereka membentuk hubungan heteroseksual, dikategorikan sebagai gangguan jiwa. Sedangkan homoseksualitas yang sintonik, yaitu dimana seseorang yang memiliki orientasi seksual sesama jenis dan merasa hal tersebut tidak mengganggu maka tidak dikategorikan sebagai gangguan jiwa. Pengkategorian ini sebenarnya cukup rancu. Karena definisi “mengganggu” itu sendiri nisbi sekali. Namun para anggota Lambda Indonesia, melalui buletin G, menyambut perubahan kategori ini sebagai satu tonggak sejarah penting dalam perkembangan pengakuan identitas homoseksual di Indonesia (Lovett, 1984).

Sebenarnya jika ditelisik lebih jauh, identitas homoseksual sudah dikenal di kebudayaan nusantara sejak jaman dulu. Identitas ini dikenal dengan nama yang berbeda-beda di berbagai daerah, seperti *gemblak* di Jawa Timur, *kawe* di Sulawesi Selatan, dan *mairil* di budaya pesantren. Namun istilah tersebut hanya sekedar istilah penyebutan saja karena identitas ini tetap tidak diakui keberadaannya. Sebelum ditetapkan sebagai gangguan jiwa oleh PPDGJ, identitas homoseksual dimaknai dengan ilmu agama, sehingga dianggap perbuatan dosa (Homoseks: Siapa Dia?, 1982).

Pada tahun 1986, organisasi Lambda Indonesia, yang menerbitkan buletin G sebagai wadah ekspresi para gay dan lesbian, mengadakan pertemuan terakhirnya di Surabaya. Kemudian tepat pada 1 Agustus 1987, berdirilah organisasi penerus Lambda Indonesia, yaitu GAYa Nusantara (GN) di Surabaya. Berbeda dengan Lambda Indonesia, GN tidak melakukan perekrutan anggota,

melainkan menyediakan wadah bagi para gay dan lesbian untuk terbuka, konseling, dan membantu permasalahan mereka di kehidupan sehari-hari (Diunduh pada <http://gayanusantara.or.id/sejarah.html> pada 21 Mei 2015 pukul 16.57 WIB).

Seiring berjalannya waktu, GN mulai membuat satu wadah bagi para gay dan lesbian untuk mengekspresikan diri mereka di media. Pada Januari 2006, GN menerbitkan majalah pertamanya, yaitu majalah GAYa Nusantara dengan slogan “Mendorong Kawan untuk Bangga pada Seksualitasnya”. Berbeda dengan buletin G yang hanya bisa diperoleh dengan menghubungi redaksi dan peredarannya hanya di kalangan mereka saja, majalah GAYa Nusantara dipasarkan bebas beberapa toko di seluruh Indonesia. Namun secara isi, majalah setebal dua belas halaman ini kurang lebih memiliki rubrik yang sama dengan buletin G. Pada perkembangannya, organisasi GAYa Nusantara kemudian menerbitkan jurnal pada tahun 2010 yang berisi tulisan ilmiah para pakar dengan tema mengenai seksualitas (Diunduh pada <http://gayanusantara.or.id/sejarah.html> pada 21 Mei 2015 pukul 16.57 WIB).



Gambar 2.2

Sampul Jurnal Gandrung Vol. 1 No. 1 terbit pada Juni 2010

(Diunduh pada <http://www.gayanusantara.or.id/> pada 22 Mei 2015 pukul 16.29

WIB)

Ketika internet telah berkembang dengan pesat di Indonesia dan memfasilitasi manusia untuk mengekspresikan diri mereka di satu wadah yang disebut media sosial, maka selain berekspresi di media cetak, para LGBT kemudian mengekspresikan diri mereka di media sosial.

2.2 Media Sosial Instagram dan Implikasinya

Media sosial atau biasa disebut situs jejaring sosial semakin marak beberapa tahun terakhir. Bahkan Joost van Loon (dalam Nasrullah, 2014:75) menyatakan bahwa istilah jejaring tidak lagi mewakili terminologi dalam teknologi informasi melainkan juga pada terminologi di bidang antropologi, sosiologi, budaya, dan ilmu sosial lainnya.

Jejaring tidak hanya melibatkan perangkat seperti komputer tetapi juga melibatkan individu atau *actor networking* (Gane & Beer dalam Nasrullah,

2014:76). Media sosial dapat membuat komunikasi antar manusia menjadi *borderless* karena dengan media sosial seseorang dapat berkomunikasi dengan siapa saja di negara mana saja kapan saja. Selain sebagai medium untuk berkomunikasi dengan orang lain secara langsung, media sosial yang bersifat *massive* menjadi satu medium seseorang untuk mengomunikasikan identitas dirinya.

Indonesia saat ini memiliki penetrasi pengguna internet sebanyak 93,4 juta pengguna. Hampir 50% penduduk di Indonesia adalah pengguna internet dan hampir setiap orangnya memiliki beberapa media sosial sekaligus. Salah satu media sosial yang perkembangannya sangat pesat di Indonesia adalah Instagram. Pada tahun 2015 ini, pengguna Instagram di Indonesia meningkat drastis sebanyak 215%. Instagram berhasil untuk melampaui Twitter, Facebook, dan juga Pinterest dalam hal peningkatan penggunaanya (Diunduh dari <http://tekno.liputan6.com/read/2164377/pengguna-internet-indonesia-kuasai-media-sosial-di-2015?p=3> pada 18 Mei 2015 pukul 12.34 WIB).

Aplikasi ini menjadi semakin populer karena memiliki beberapa fitur yang tidak dimiliki oleh aplikasi lain seperti fitur *follower*, mengunggah foto, efek foto, label foto, dan judul foto. Terlebih lagi sejak diakuisisi oleh Facebook, Instagram menambahkan fitur mengunggah video 15 detik. Selain fitur untuk foto dan video yang cukup banyak sehingga dapat menjadi wadah yang pas untuk kebudayaan populer yang muncul baru-baru ini yaitu *selfie*, cara kerja Instagram yang sederhana juga menjadi keunggulan tersendiri. Pengguna hanya perlu mengunggah foto dan video yang diinginkan bahkan tanpa menulis keterangan

apa pun, tidak seperti beberapa media sosial lain yang mengharuskan pengguna untuk menuliskan sesuatu (Diunduh dari <http://www.clear.co.id/whats-fresh/banyak-keunggulan-instagram-jadi-pilihan-99545a2.html> pada 18 Mei 2015 pukul 21.54 WIB).

Kesederhanaan dan kemudahan yang diperkenalkan oleh Instagram membuat banyak penggunanya membuka Instagram secara aktif baik itu untuk mengunggah foto, memberi tanda *love* atau memberikan komentar di foto-foto yang menurut mereka menarik. CEO Instagram, Kevin Systrom mengatakan bahwa mereka menerima sekitar 40 juta foto per hari yang diunggah oleh para penggunanya dan diikuti dengan 8.500 *likes (love)* dan 1.000 komentar per detik (Diunduh dari http://chip.co.id/news/social_media/4798/pengguna_instagram_naik_pasca-perubahan_ketentuan_layanan pada 18 Mei 2015 pukul 22.54 WIB).

Pengunggahan foto di Instagram merupakan salah satu bentuk seseorang untuk mengomunikasikan identitasnya kepada orang lain. Sedangkan *likes* dan komentar adalah bentuk interaksi yang terjadi di media sosial Instagram. Interaksi sendiri merupakan konsep yang sering digunakan untuk membedakan media tradisional dengan media baru. Menurut Graham (dalam Nasrullah, 2014:76) kehadiran teknologi komunikasi pada dasarnya memberikan kesempatan pada siapapun untuk lebih mudah berinteraksi, saling terhubung tanpa kendala jarak dan waktu. Teknologi telah menjadi medium segala aktivitas manusia.

Sependapat dengan Graham, Manovich (dalam Nasrullah, 2014:76) mengungkapkan bahwa sebenarnya konsep interaksi di media baru membawa

pengaburan terhadap batasan-batasan fisik dan sosial. Misalnya saja, penduduk negara A bisa dengan mudah melakukan interaksi dengan penduduk negara B tanpa harus bertatap muka sebelumnya. Penduduk negara A juga bisa memuji atau mencela penduduk negara B tanpa rasa segan, sekali pun ternyata penduduk negara B tersebut adalah seorang pejabat tinggi. Di sinilah batasan fisik dan sosial mulai kabur. Media sosial akhirnya menjadi wadah baru untuk melakukan marginalisasi kepada kelompok-kelompok atau orang-orang yang dianggap tidak sesuai dengan tatanan normatif yang ada di masyarakat, salah satunya adalah *Queer Identities*.

2.3 Marginalisasi Queer Identities di Media Sosial Instagram

Perkembangan ekspresi identitas *Queer* tidak selalu sama di setiap negara bergantung pada kebijakan negara dan kultur masyarakatnya. Di Asia Tenggara, negara Thailand adalah negara yang terkenal ramah dan aman bagi para LGBT. Meskipun belum secara sah melegalkan pernikahan sesama jenis, akan tetapi pemerintah Thailand memiliki reputasi yang cukup baik di dunia internasional tentang toleransi terhadap LGBT. Selain itu masyarakat Thailand sendiri juga menyediakan berbagai fasilitas yang memanjakan para LGBT seperti hiburan malam dan hotel-hotel berbintang (Diunduh dari <http://www.merdeka.com/peristiwa/thailand-negara-yang-ramah-terhadap-kaum-gay.html> pada 21 Mei 2015 pukul 19.06 WIB).

Beberapa kemudahan tersebut membuat para LGBT di Thailand bisa mengekspresikan identitas mereka dengan santai baik secara langsung maupun

melalui media sosial. Beberapa waktu lalu, para pengguna internet di Indonesia heboh dengan adanya foto pasangan gay yang menyebar di seluruh media sosial dan media elektronik.



Gambar 2.3

Gambar Pasangan Gay yang Beredar di Internet

(Diunduh dari <http://www.tribunnews.com> pada 21 Mei 2015 pukul 19.21 WIB)

Sosok di foto tersebut kemudian diketahui adalah seorang Direktur Industri Kreatif di Thailand, Naparuj Mond, dan pasangannya Thorsten Mid, seorang agen sebuah manajemen model ternama Bacca Model Management yang juga merupakan seorang warga Jerman. Foto tersebut diambil oleh seorang warga di dalam kereta api Sky Bangkok. Keduanya merupakan pasangan yang telah menjalin hubungan lebih dari dua tahun (Diunduh dari <http://www.tribunnews.com/internasional/2015/04/19/foto-mesra-pasangan-gay-di-kereta-hebohkan-netizen-thailand?page=1> pada 21 Mei 2015 pukul 19.27 WIB).

Seketika foto tersebut menyebar secara viral dan menimbulkan reaksi dari berbagai pihak di seluruh belahan negara. Tak butuh waktu yang lama para *netizen* kemudian menemukan akun Instagram Naparuj Mond yang bernama

@bmondce. Berdasarkan pengamatan peneliti, akun Instagram @bmondce sendiri telah aktif sejak Januari 2012. Sejak foto tersebut merebak ke media sosial dan media massa, hampir setiap foto yang telah dan baru diunggah oleh Naparuj Mond mendapat berbagai macam komentar dari para *netizen* dari berbagai negara, tak terkecuali *netizen* dari Indonesia.

Komentar-komentar yang diberikan lebih banyak dalam beberapa foto yang menampilkan kemesraan Naparuj Mond dengan pasangannya. Misalnya saja dalam foto yang diunggah pada 26 April 2015 lalu, komentar yang menyertai foto tersebut sejumlah 328 komentar. Foto yang menggambarkan kemesraan pasangan ini ketika makan malam bersama menuai banyak komentar negatif. Dari 328 komentar, sekitar 132 komentar atau sekitar 40,243% adalah *netizen* dari Indonesia. Dan dari 132 komentar *netizen* Indonesia tersebut, hanya sekitar 10 komentar yang bernada positif. Artinya dari sekian banyak *netizen* Indonesia yang mengunggah komentar di foto tersebut, kurang lebih sebanyak 92,42% mengunggah kalimat bernada negatif.



Gambar 2.4
Foto yang diunggah akun @bmondce pada 26 April 2015
 (Dari akun Instagram @bmondce)

Memberikan komentar-komentar bernada negatif kepada seseorang termasuk dalam kategori *bullying*. Dalam hal ini, *bullying* dilakukan secara virtual di media sosial. *Bullying* yang dilakukan secara konstan dan terus menerus semakin lama akan membatasi ruang gerak korbannya, ini lah yang disebut dengan marginalisasi. Pada fenomena *bullying* yang menimpa pasangan gay tersebut, si korban, Naparuj Mond, merasa terganggu dengan komentar-komentar negatif yang terus membanjiri akun Instagramnya. Sehingga, kemudian beberapa kali ia mengunggah foto berisi tulisan yang intinya adalah memohon kepada para *haters* (sebutan untuk orang-orang yang memberikan komentar negatif di Instagram) untuk berhenti mengganguya dan berbalik memberikan *support* kepada ia dan pasangannya.

Hal menarik yang bisa dilihat dari fenomena tersebut, selain bentuk marginalisasi di dunia *cyber*, adalah jumlah *netizen* Indonesia yang turut menjadi

haters. Berdasarkan pengamatan peneliti, dari satu foto yang diunggah oleh Naparuj Mond, hampir separo komentar berisis *netizen* Indonesia dan dari jumlah tersebut lebih dari 90% adalah *haters*. Berbeda dari negara Thailand yang dikenal sebagai negara yang ramah terhadap para LGBT, negara Indonesia termasuk negara yang paling tidak toleran terhadap para LGBT.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Pew Research Center mengenai “Pembagian Global Mengenai Homoseksualitas”, sebanyak 93% menyatakan bahwa gay tidak seharusnya diterima. Survei ini dilakukan dengan seribu orang dewasa Indonesia dengan *margin of error* sebanyak 4%. Menurut penelitian, Indonesia termasuk negara yang sangat menolak homoseksualitas lebih daripada negara-negara muslim yang bahkan mencantumkan pelarangan hubungan sesama jenis dalam undang-undangnya seperti Malaysia dan Pakistan (Diunduh dari <http://www.voaindonesia.com/content/indonesia-termasuk-paling-tidak-toleran-terhadap-homoseksualitas/1675468.html> pada 22 Mei 2015 pukul 15.38 WIB).

Tingginya presentase penolakan terhadap homoseksualitas di Indonesia pun bisa dilihat pada praktiknya seperti yang terjadi pada fenomena pasangan gay di Thailand tersebut. Reaksi yang muncul dari para *netizen* Indonesia sungguh sangat luar biasa padahal fenomena tersebut bukan merupakan fenomena lokal yang terjadi di negaranya sendiri. Semakin menarik adalah ketika kemudian sosok LGBT yang mengekspresikan identitasnya di media sosial Instagram adalah orang Indonesia.

Di Indonesia sendiri tidak banyak sosok LGBT yang secara terbuka mengekspresikan identitas mereka terlebih jika mereka adalah *public figure*.

Selebriti, pejabat, atau tokoh-tokoh publik penting lainnya selalu menjadi sorotan di Indonesia. Terlebih sejak adanya media sosial yang bisa mendekatkan jarak antara masyarakat dengan *public figure* tanpa ada batas.

Masyarakat Indonesia memanfaatkan kemudahan media sosial tersebut untuk terhubung langsung dengan para *public figure* baik itu sekedar memuji atau mengkritisi. *Public figure* yang identitasnya sesuai dengan tatanan normatif masyarakat pun seringkali menerima kritik, baik itu yang membangun maupun hinaan. Yang menarik adalah bagaimana masyarakat Indonesia akan bereaksi terhadap *public figure* yang mengekspresikan identitas LGBT mereka di media sosial. Berangkat dari data-data tersebut peneliti kemudian akan membongkar logika kebenaran yang mendasari perilaku masyarakat Indonesia tersebut dalam melakukan marginalisasi kepada para LGBT di media sosial Instagram.