

## KAUM PELANGI: KONSTRUKSI IDENTITAS LGBT MELALUI WARNA PELANGI

**Fadli Afriandi<sup>1</sup>, Rizky Octa Putri Charin<sup>2</sup>, Fachriza Ariyadi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Ilmu Administrasi Negara, FISIP, Universitas Teuku Umar, Indonesia  
*fadliafriandi@utu.ac.id*

<sup>2</sup>Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia  
*rizkycharin@umrah.ac.id*

<sup>3</sup>Pemikiran Politik Islam, FUAD, UIN Datokarama, Indonesia  
*fachriza\_ariyadi@iainpalu.ac.id*

### ABSTRAK

Penelitian ini adalah kajian politik identitas yang bertujuan untuk melihat bagaimana warna mampu membentuk identitas suatu komunitas. Tesis utama dalam penelitian ini adalah bahwa warna pelangi yang merupakan simbol kaum LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual dan Transgender) mampu mengkonstruksi identitas baru mereka yang kemudian dikenal dengan Kaum Pelangi. Tulisan ini menggunakan pendekatan kulturalisme dengan model konstruktivisme. Teknik pengumpulan data adalah melalui wawancara dan studi kepustakaan. Temuan dari penelitian ini adalah *self-narrations* dan *other narrations* membentuk identitas baru kelompok LGBT sebagai Kaum Pelangi. Pembentukan identitas dari narasi internal dengan menggunakan warna pelangi untuk bendera dan adanya perayaan yang dikenal dengan *Pride Day (month)*. Untuk narasi eksternal adalah kampanye dukungan yang dilakukan oleh perusahaan populer dunia dalam produk baru yang dikeluarkan dan adanya ciri khas warna pelangi di media sosial seperti facebook, Instagram, dan Whatsapp serta adanya barang-barang populer menggunakan warna pelangi khas LGBT.

**Kata kunci;** identitas; LGBT; warna; pelangi; *self-narration*; *other narrations*.

### ABSTRACT

*This research is a study of identity politics that aims to see how color can shape a community's identity. The central thesis in this paper is that the colors of the rainbow, which are symbols of the LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender) people, can construct their identity, which is then known as the Rainbow People. This paper uses a culturalism approach with a constructivism model. Data collection techniques are through interviews and literature study. The findings of this study are that self-narrations and other narrations form a new identity for the LGBT group Rainbow People. The formation of identity from the internal narrative by using rainbow colors for the flag and a celebration is known as Pride Day (month). The external description is campaigns carried out by world-famous companies in the products that are issued and found the characteristic rainbow color on social media such as Facebook, Instagram, and Whatsapp, as well as the existence of popular goods using the rainbow colors typical of LGBT.*

**Keywords;** identity; LGBT; color; rainbow; *self-narration*; *other narrations*.

## PENDAHULUAN

Warna merupakan hal yang tidak bisa diraba, dicium atau didengar. Namun warna hanya dapat dilihat dengan menggunakan indera penglihatan (Syafi'i, 2017). Warna dapat memberikan pesan dan kesan dalam berkomunikasi. Selain itu warna menurut Leatrice Eiseman dapat membentuk persepsi yang kuat pada manusia. Misalnya warna merah melambangkan keberanian, kekuatan, nafsu atau cinta, warna kuning mampu melambangkan kecerdasan, orange adalah lambang kehangatan atau persahabatan, hijau berarti segar dan menyenangkan, dan warna biru melambangkan ketenangan (Dameria, 2007).

Jika melihat pada warna, maka warna mempunyai berbagai macam fungsi. Warna dapat berfungsi dalam menyampaikan pesan (peran komunikasi) misalnya warna yang terdapat di *traffic light*. Pesan warna yang terdapat di *traffic light* diperuntukkan sesuai warnanya, merah adalah berhenti, kuning berarti waspada atau hati-hati dan hijau merupakan warna untuk pengemudi diperbolehkan jalan. Selain itu warna juga dapat membentuk sebuah identitas (Ofiskita, 2019). Dengan warna maka identitas sebuah organisasi, merek produk, bendera, logo hingga identitas sosial. Misalnya warna hijau identik dengan identitas keagamaan, seperti warna hijau pada bendera yang digunakan oleh Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah serta lambang di Kementerian Agama Republik Indonesia.

Kehadiran identitas di tengah masyarakat berfungsi sebagai membentuk citra mengenai seseorang maupun kelompok. Identitas menurut Barker mampu melihat siapa diri kita dan melihat bagaimana orang lain (Barker, 2000). Sejalan dengan Barker, Jeffrey Week mengatakan bahwa identitas tentang persamaan dan perbedaan antara satu orang dengan orang lain dan satu kelompok dengan kelompok lainnya. Hal yang dapat menjadi pembeda dapat berupa fisik, pola pikir maupun budaya. Pentingnya sebuah identitas dikarenakan bahwa identitas merupakan pintu masuk bagi seseorang atau kelompok orang untuk mengenal orang lain ataupun kelompok lainnya. Dengan telah mengetahui hal tersebut maka dapat mempengaruhi dalam berinteraksi antara satu sama lain. Sehingga berbicara mengenai identitas maka tidak bisa dipisahkan dari konstruksi tentang siapa saya (*selfness*) dan siapa mereka (*the other*) (Widayanti, 2009).

Sebagian komunitas di dunia menggunakan warna sebagai identitasnya. Identitas yang mereka gunakan mengambil warna yang dihasilkan oleh alam yaitu pelangi. Pelangi adalah sebuah fenomena alam yang dapat merupakan cahaya (Rini, 2008). Isaac Newton (1642-1727) yang merupakan ilmuwan Inggris menemukan spektrum warna. Spektrum warna merupakan cahaya putih dari matahari dihasilkan dari perpaduan warna. Spektrum warna tersebut terdiri dari warna merah, jingga, kuning, hijau, biru, nila, dan ungu (Darmaprawira, 2002). Ketujuh warna tersebut dikenal dengan warna pelangi.

Komunitas yang menjadikan pelangi sebagai identitasnya adalah kaum Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender atau yang dikenal dengan LGBT. Kaum LGBT ini menggunakan warna palangi sebagai simbol identitasnya yang terdapat dalam bendera persatuan mereka atau yang dikenal dengan bendera pelangi (Hartini, 2019). Dengan penggunaan warna pelangi ini, kaum LGBT dalam kehidupan sehari-hari disebut juga dengan kaum pelangi.

Dari cerita di atas maka diketahui bahwa warna pelangi yang digunakan telah mengkonstruksi identitas kaum LGBT menjadi kaum pelangi. Sehingga tujuan dari penelitian ini untuk melihat bagaimana warna dapat mengkonstruksikan sebuah identitas khususnya identitas sosial. Maka tulisan ini berusaha melacak bagaimana warna pelangi tersebut dapat mengkontruksi identitas kaum LGBT menjadi kaum pelangi.

Identitas bisa terbentuk dari warna adalah seperti berkaitan dengan kesukuan. Misalnya orang Minangkabau identik dengan warna hitam, merah dan kuning yang terdapat dalam sebuah bendera yang dikenal dengan “Marawa” (Primasiwi, 2018). Orang Melayu menggunakan warna sebagai sistem nilai dalam menginterpretasikan dunianya. Warna digunakan sebagai pembeda antar seseorang dan orang lainnya baik terdapat dalam kain, payung, pakaian maupun atribut adat lainnya. Seperti warna kuning untuk raja atau anak raja, warna ungu, hijau dan merah untuk “sida-sida” dan “bentara” , serta warna hitam dan biru adalah untuk “hulu balang” (Rehayati, 2013). Di daerah Bulukumba di Sulawesi Selatan warna hitam menjadi warna identitas pakaian masyarakat lokal khususnya Suku Kajang. Warna hitam yang digunakan di baju maupun sarung telah menjadi simbol kesederhanaan dan kesetaraan sesama manusia di hadapan Tuhan Yang Maha Kuasa atau “Turek Akrana” (Mediawarta, 2016). Begitu juga dengan Suku Mandailing di daerah Tapanuli Selatan menjadikan warna sebagai identitas masing-masing mereka yang terbagi

ke dalam beberapa hal. Misalnya warna utama yaitu warna merah sebagai warna “banua ginjang” atau alam kayangan yang secara berkelanjutan untuk dihormati, warna hitam sebagai “suhut-kahangginya”, dan putih sebagai warna milik “anak boru dan pisang raut (di Angkola)”. Selain ketiga warna utama terdapat warna kuning sebagai warna tambahan. Warna kuning adalah penanda “harajoan” atau kebesaran raja-raja (Lubis, 2012).

Selain warna sebagai identitas personal maupun komunitas, warna juga sebagai alat dalam sebuah gerakan perjuangan. Misalnya di awal tahun 2000-an terjadi revolusi warna (oranye) di Ukraina. Presiden Viktor Yanukovych adalah target dari revolusi ini. Warna oranye dipilih karena untuk menggantikan warna merah yang identik dengan komunis. Revolusi oranye ini terjadi akibat dua hal yaitu tuntutan masyarakat untuk lebih dekat dengan Uni Eropa ketimbang dengan Rusia dan kubu koalisi yang cenderung korup dan tidak mampu menyelesaikan masalah internalnya. Yanukovych terlengserkan akibat dari revolusi oranye ini hingga dua kali sebagai presiden, pertama di tahun 2004 dan kedua di tahun 2013 dimana Yanukovych kembali terpilih di tahun 2010 (Fukuyama, 2018). Revolusi warna juga terjadi di Myanmar yang disebut Revolusi Saffron. Saffron adalah warna khas jubah biksu Buddha. Revolusi Saffron ini terjadi dipengaruhi oleh faktor ekonomi, pemerintah Myanmar yang cenderung otoriter dan represif, popularitas biksu di Myanmar dan dukungan masyarakat internasional (Wiratri, 2011). Revolusi yang terjadi dapat mengubah kondisi sosial dan politik di Myanmar. Tidak hanya di tahun 2000-an terjadi revolusi warna, tahun 1986 di Filipina terjadi revolusi kuning yang bertujuan menurunkan rezim Ferdinand Marcos. Rezim Marcos dikenal dengan kediktatorannya, korupsi dan pelanggaran Hak Asasi Manusia (Firman, 2020). Warna kuning yang digunakan diambil dari warna pita yang digunakan demonstran. Revolusi warna yang masih berlangsung hingga sekarang adalah revolusi di Hong Kong. Di Hong Kong revolusi warna melalui penggunaan payung kuning dan berpakaian hitam-putih dalam melakukan aksi. Pakaian hitam digunakan sebagai simbol berduka terkait demokrasi di Hong Kong dan baju putih digunakan oleh massa yang pro-China. Sedangkan payung kuning sebagai simbol perlawanan kelompok pro-demokrasi (Hasugian, 2019).

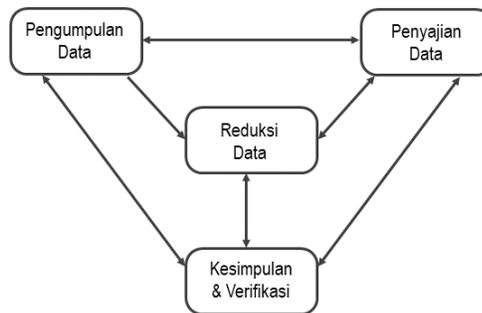
Dari uraian yang disajikan di atas terlihat bahwa warna dapat dikonstruksikan sebagai simbol identitas diri, komunitas hingga dalam melakukan revolusi. Namun sebagian besar warna

yang digunakan adalah warna tunggal (single color). Sehingga bedanya tulisan ini dengan sebelumnya adalah pertama, penelitian ini menawarkan beragam warna (multi color) menjadi sebuah identitas bersama sebuah komunitas dan kedua bahwa komunitas ini tidak tersekat dalam suatu teritorial yang sama.

## METODOLOGI

Pendekatan dalam tulisan ini menggunakan pendekatan konstruktivisme. Akar dari pendekatan konstruktivisme ini adalah konstruksi sosial. Pendekatan konstruktivisme ini berpegang kepada argument bahwa *“knowledge can not be passive reflection of reality, but is more of an active construction by agent”*. Searle juga menambahkan bahwa pendekatan konstruktivisme menginterpretasikan realitas dan fakta bukan sesuatu yang terjadi begitu saja, tetapi secara sosial (politik) dikonstruksi atau sebagai hasil dari *human agreement* (Aminuddin, 2009). Sedangkan teori yang digunakan adalah Teori Konstruksi Sosial versi Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Teori ini menjelaskan bahwa konstruksi sosial terbentuk proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subyektif (Poloma, 2004). Dalam Teori Konstruksi Sosial Berger dan Luckmann ini terdapat konsep dialektika yang merupakan penghubung subjek dan objek. Konsep itu terdiri dari eksternalisasi, objektivitas dan internalisasi (Berger, P.L. & Luckmann, 1990). Sehingga dalam penelitian ini terdapat dua narasi yang terdiri dari *self-narrations* dan *other narrations*.

Penelitian konstruksi identitas kaum pelangi ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif membantu dalam memahami objek penelitian ini secara lebih mendalam. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan studi kepustakaan. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal, buku, berita online, dan media sosial dari akun resmi. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *snowball sampling*. Teknik ini cocok digunakan dalam mengangkat isu yang sensitif khususnya konstruksi identitas LGBT dari warna. Setelah data yang dibutuhkan diperoleh maka selanjutnya data tersebut dianalisis dengan analisis data model interaktif. Analisis data ini meminjam darinya Miles & Huberman. Ada empat elemen yang ditawarkan yang dapat dilihat dari grafik di bawah.



**Gambar 1. Komponen Analisis Data Model Interaktif**

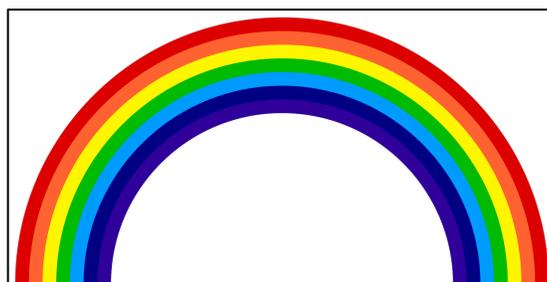
*Sumber: (Miles, M. B. & Huberman, 1992)*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelangi Dalam Makna Asal

Bagian sub-bab ini membahas makna sebenarnya dari pelangi. Dalam sub ini hendak menunjukkan warna pelangi dan tidak membahas mengenai pelangi dalam kajian sains lebih dalam. Pelangi merupakan fenomena alam dalam bentuk susunan warna yang berbeda-beda. Fenomena alam ini terbentuk melalui pembiasan atau pembelokkan cahaya. Secara ringkas pelangi melewati empat fase pembentukan. Fase pertama adalah pembiasaan cahaya atau sinar dari matahari, fase kedua adalah sinar matahari tadi melewati tetesan air di atmosfer, fase ketiga terjadi pembelokkan cahaya, dan fase terakhir terbentuklah pelangi (Ilmugeografi, 2020).

Pelangi yang kita kenal memiliki tujuh warna berbeda. Warna pelangi tersebut terdiri dari warna merah, jingga, kuning, hijau, biru, nila dan ungu. Warna pelangi akan sama urutannya dimanapun pelangi tersebut terbentuk. Warna pelangi dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



**Gambar 2. Warna Pelangi**

*Sumber: (Harris, 2020)*

Dari penjelasan singkat di atas dapat dilihat pelangi adalah sebuah nama dari fenomena alam yang terdiri dari warna-warna yang berbeda.

### **LGBT dan Perkembangannya**

LGBT atau Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender jika dilihat maka akan mirip dengan manusia lainnya yang memiliki kondisi tubuh yang sama. Namun untuk dapat mengidentifikasi orang-orang LGBT perlu memahami seksualitas manusia. Seksualitas manusia dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu seksual secara biologis, identitas gender, orientasi seksual, dan ekspresi gender (Nguyen & Tri, 2022). Dari keempat seksualitas tersebut, seksual secara biologis yang tidak dapat diubah. Seksual secara biologis ini berkaitan dengan jenis kelamin, kromosom, dan hormon atau dalam artian lain identitas yang diperoleh dari lahir.

LGBT adalah sekelompok orang yang memiliki orientasi seksual yang berbeda dengan orang pada umumnya. Jika orang pada umumnya atau normalnya memiliki satu jenis orientasi seksual yaitu menyukai lawan jenis atau yang dikenal juga heteroseksual namun kelompok LGBT cenderung memiliki orientasi seksual sesama jenis. Kelompok heteroseksual merupakan suatu kondisi dimana memiliki rasa ketertarikan kepada jenis kelamin yang berbeda dengan dirinya seperti laki-laki dengan perempuan atau perempuan dengan laki-laki. Sedangkan kelompok LGBT memiliki ketertarikan antara laki-laki dengan laki-laki, perempuan dengan perempuan, laki-laki menyukai laki-laki dan perempuan, perempuan menyukai perempuan dan laki-laki, hingga mengubah jenis kelamin yang didapat sejak dilahirkan (Iqbal et al., 2022). Kehadiran kelompok LGBT ini di beberapa wilayah/ negara masih menjadi kelompok minoritas.

Bagian dari sub-bab ini melihat dua narasi besar dalam mengkonstruksi identitas LGBT sebagai Kaum Pelangi. Pembentukan identitas tersebut melibatkan kolaborasi antara *self-narrations* dan *other narrations*.

### ***Self-Narrations***

#### **Penggunaan Warna Pelangi di Bendera Kaum LGBT**

Kaum LGBT menggunakan bendera sebagai simbol keberadaan mereka. Simbol tersebut salah satunya dalam bentuk bendera. Bendera tersebut terdiri dari delapan warna pada awalnya. Warna bendera tersebut adalah merah muda, merah, oranye, kuning, hijau, pirus dan nila. Berikut adalah warna bendera tersebut:



Gambar 3. Bendera LGBT ( I )

*Sumber: (Fimela, 2015)*

Bendera ini di rancang oleh Gilbert Baker. Barker merancang bendera ini di tahun 1978 atas permintaan dari politisi gay Amerika serikat pertama terpilih, Harvey Milk. Setelah bendera ini terbentuk maka untuk pertama kalinya diperkenalkan adalah saat Gay Pride di San Fransisco. Gay Pride yang dilaksanakan pada 25 Juni 1978 ini merupakan acara tahunan untuk memperjuangkan hak minoritas kaum LGBT untuk memperoleh pengakuan status dan perkawinan sejenis (Rahayu, 2019). Faktor lainnya diciptakan bendera ini adalah mengganti simbol sebelumnya yang diciptakan oleh Adolf Hitler, seorang pemimpin NAZI di Jerman. Simbol ini berupa segitiga merah muda digunakan pada saat Perang Dunia II, yang pada saat itu digunakan oleh Hitler untuk mengidentifikasi kaum homoseksual (Waxman, 2018).

Delapan warna yang digunakan tersebut memiliki arti masing-masing. Bendera yang awalnya terinspirasi dari bendera Amerika Serikat yang menunjukkan makna inklusif. Warna merah muda adalah pelambangan dari seks, merah adalah untuk kehidupan, oranye digunakan sebagai simbol penyembuhan, kuning berarti sinar matahari, hijau adalah warna sebagai lambang dari alam, biru bermakna seni, nila berarti simbol keharmonisan dan warna ungu berarti semangat. Bendera ini dalam perkembangannya mengalami penyusutan warna dengan menghilangkan warna merah muda. Ditahun 1979 biru juga dihilangkan dan mengganti warna nila diganti menjadi biru kobalt (Fimela, 2015). Berikut adalah bendera kaum LGBT setelah mengalami penyusutan warna;



Gambar 4. Bendera LGBT (II)

Sumber: (Fimela, 2015)

Desain bendera dengan enam warna inilah yang menjadi identitas LGBT dalam bentuk bendera. Dengan adanya simbol dalam bentuk bendera ini mengokohkan identitas kelompok LGBT dalam kehidupan sosial. Bendera ini akan mudah dijumpai dalam kondisi atau beberapa barang misalnya saat perayaan *Pride Day*, di dinding, gedung, pakaian, digantung di bar/klub, dan tempat lainnya (Rossi, 2020).

#### ***Pride Day (Month)***

*Pride day* atau hari kebanggaan bagi kelompok LGBT untuk mengeksplorasi dan menunjukkan diri mereka kepada publik. *Pride day* diadakan di bulan Juni untuk mencapai visi kelompok ini seperti visibilitas, penerimaan diri dan juga di lingkungan, dan upaya penuntutan hak mereka yang diskriminatif khususnya undang-undang. Aktivitas ini tidak hanya diikuti oleh kelompok LGBT saja namun juga diikuti oleh pendukung komunitas ini. Kegiatan ini berlangsung hingga satu bulan lamanya (Tandon & Rao, 2021).

Awal gerakan *Pride day* ini terbentuk adalah peringatan terhadap penggebrekan klub yang bernama Stonewall Inn di New York oleh polisi. Pada saat razia di klub tersebut kelompok LGBT merasa dilecehkan, diintimidasi dan kekerasan. Meskipun kegiatan ini sering terjadi namun saat kejadian di Stonewall kelompok ini mulai melakukan perlawanan (Tandon & Rao, 2021). Gerakan dalam *Pride day* pertama kali di koordinasi oleh Brenda Howard yang kemudian dikenal sebagai “Mother of Pride”. Gerakan ini merupakan salah satu gerakan yang dipergunakan oleh kelompok LGBT dalam memprotes diskriminasi dan kekerasan yang dialamatkan kepada mereka. Melalui *Pride day* ini maka kelompok LGBT meminta adanya

persamaan hak di muka umum, meningkatkan harkat dan martabat serta mengedukasi masyarakat umum untuk ikut memahami apa yang mereka alami.

### *Other Narrations*

#### **Kampanye Dari Perusahaan**

- **Unilever**

Perusahaan populer di seluruh dunia ini memberikan dukungannya terhadap komunitas LGBT dengan mengganti warna pada logo perusahaan. Perubahan warna pada logo perusahaan universal ini bertujuan untuk memberikan keinklusifan terhadap seluruh komunitas termasuk LGBT.



Gambar 5. Logo Unilever Versi LGBT

*Sumber: Instagram @universal*

- **Nike**

Bentuk dukungan yang diberikan oleh Nike adalah mengeluarkan produk sepatu yang bertema LGBT. Desain sepatu terdapat simbol warna LGBT yaitu pelangi pada telapak kakinya. Jenis sepatu ini diberikan nama Air VaporMax pada tahun 2017.



Gambar 6. Nike Air VaporMax  
Sumber: Nike

- **Google**

Google merupakan perusahaan yang berasal dari Amerika Serikat. Perusahaan ini berfokus kepada jasa dan produk internet. Perusahaan multinasional ini menawarkan jasa iklan, teknologi pencarian, *software*, dan komputasi web. Di tahun 2014, pada saat olimpiade musim dingin di Rusia google memberikan dukungan kepada kelompok LGBT yang berkompetisi di pertandingan olah raga tersebut. Dukungan tersebut berupa memberikan tampilan di halaman pencarian utama dengan identitas LGBT dengan menunjukkan logo olimpiade musim dingin dengan warna pelangi (Maulana, 2014).



Gambar 7. Dukungan Google Untuk LGBT

Sumber: (Maulana, 2014)

- **Adidas**

Brand sepatu Adidas juga memberikan dukungan terhadap komunitas LGBT dengan mengeluarkan produk yang bertemakan LGBT. Adidas mengeluarkan banyak produk seperti tas pinggang, ikat pinggang, sepatu, celana dengan memberikan warna pelangi di produk tersebut (Lidyana, 2020).



Gambar 8. Produk Adidas Motif Pelangi Dalam Pride Edition

Sumber: Adidas

- **Converse**

Tidak hanya Nike dan Adidas yang mengeluarkan produk bertemakan warna pelangi khas LGBT. Converse juga melakukan hal yang sama dengan dua merek tersebut. Dukungan Converse sudah dimulai sejak tahun 2012 dengan peluncuran koleksi BeTrue yang ditunjukkan untuk para atlet LGBT (Lidyana, 2020).



Gambar 9. Produk Converse Motif Pelangi Dalam Pride Collection

Sumber: Converse

### **Emoji-emoji dalam media sosial**

Media sosial menjadi media yang populer pada satu dekade belakangan ini. Kepopuleran ini didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang. Media sosial menjadi idola dalam berkomunikasi. Dengan media sosial seseorang mampu berkomunikasi dengan lebih terasa nyata dengan melampirkan fitur-fitur gambar seperti stiker, emoji, atau gif (gambar bergerak). Media sosial juga termasuk ke dalam media massa karena sifatnya yang



## Barang-Barang Populer



Gambar 13. Mainan *Pop It*  
*Sumber: (Gusfitri, 2021)*



Gambar 14. Payung Bermotif Pelangi  
*Sumber: (Risakotta, 2022)*

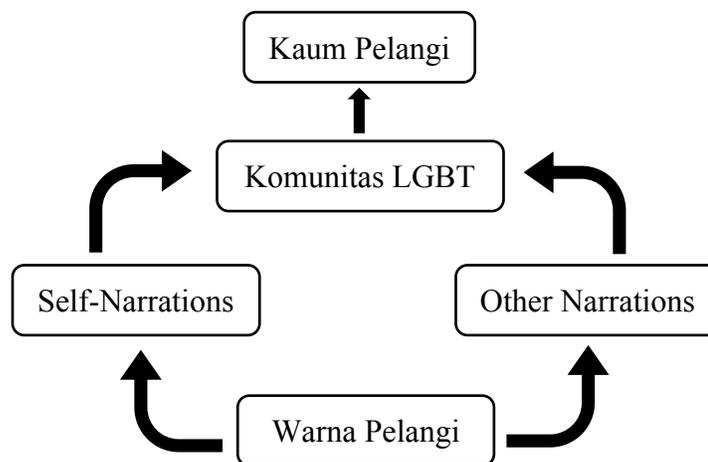


Gambar 15. Mainan  
*Sumber: (Berlianto, 2022)*

### Identitas Kaum LGBT Sebagai Kaum Pelangi

Setiap individu dan komunitas tidak akan pernah lepas dari identitas. Melalui identitas maka seseorang maupun komunitas dapat dibedakan antara satu dan lainnya. Identitas dapat menggambarkan diri seseorang dan juga dapat menentukan *standing position* nya (Endrizal & Hendri, 2018). Begitu juga dengan komunitas kaum LGBT yang kemudian terkonstruksikan sebagai Kaum Pelangi.

Penggunaan awal warna pelangi tidaklah terkhusus untuk komunitas LGBT namun adanya kontruksi sosial yang terjadi menjadikan warna ini identitik dengan komunitas LGBT. Adanya kolaborasi antara *self-narrations* dan *other narrations* menjadi penyebab bahwa warna pelangi tersebut dikonstruksikan dengan komunitas LGBT. Konstruksi tersebut dapat dilihat dalam gambar di bawah ini



Gambar 14. Konstruksi Identitas Kaum Pelangi

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa pembentukkan identitas Kaum Pelangi dipengaruhi oleh konstruksi di bawahnya. Dengan adanya kolaborasi antara *self-narrations* dan *other narrations* maka awalnya warna pelangi sebagai sebuah warna yang terjadi karena fenomena alam menjadi identitas LGBT yang dikenal dengan Kaum Pelangi. Dari kuatnya arus komunikasi dan informasi maka publik menjadi risih dengan warna tersebut jika digunakan.

Masyarakat dengan mudah mengidentifikasi bahwa warna pelangi tersebut adalah milik kaum LGBT. Penggunaan warna pelangi dalam benda-benda yang cukup populer di masyarakat seperti payung, sepatu, sandal, pakaian dan lain sebagainya membuat masyarakat kurang berkenan mengenakannya. Dalam masyarakat mengidentikkan bahwa penggunaan warna pelangi dalam benda-benda dianggap bagian dari komunitas tersebut atau hanya sebagai pendukung komunitas LGBT. Keengganan dalam penggunaan warna pelangi atau produk dengan warna tersebut karena masyarakat menganggap bahwa LGBT adalah penyakit dan harus dihindari.

## KESIMPULAN

Identitas merupakan ciri khas yang dimiliki oleh semua orang hingga komunitas. Dengan adanya identitas maka dapat menentukan siapa saya dan siapa mereka. Begitu juga dengan komunitas Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender (LGBT) yang mempunyai ciri khas mereka sendiri. Pembentukan identitas LGBT sebagai Kaum Pelangi disebabkan dengan adanya konstruksi yang berasal dari penggunaan warna. Warna yang digunakan bersumber dari pelangi yang awalnya merupakan fenomena alam. Konstruksi yang terbangun dari adanya *self-narrations* dan *other narrations*. *Self-narrations* seperti menjadikan warna pelangi sebagai bendera kelompok LGBT yang digunakan di seluruh dunia dan adanya perayaan *Pride Day (month)*. Dari *other narrations* seperti kampanye dukungan dari perusahaan populer dunia dan penggunaan emoji/stikers di media sosial facebook, whatsapp, dan Instagram. Dari dua narasi yang datang secara internal dan eksternal komunitas LGBT mampu mengkonstruksikan bahwa komunitas LGBT disebut juga Kaum Pelangi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barker, C. (2000). *Cultural Studies, Theory and Practice*. Sage Publications Ltd.
- Berger, P.L. & Luckmann, T. (1990). *Tafsir Sosial Atas Kenyataan. Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES.
- Berlianto. (2022). *Dianggap Promosikan Homoseksual, Arab Saudi Sita Mainan Berwarna Pelangi*. Sindonews.Com.
- Dameria, A. (2007). *Color Basic Panduan Dasar untuk Desainer & Industri Grafika*. Link & Match Graphic.

- Darmaprawira, S. (2002). *Warna: Teori dan Kreativitas Penggunaannya Edisi 2*. ITB.
- Endrizal & Hendri, N. (2018). Politik Identitas: Konstruksi Sosial Dan Relasi Kekuasaan. *Islam Realitas: Journal of Islamic & Social Studies*, 4(1).  
[https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30983/islam\\_realitas.v4i1](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30983/islam_realitas.v4i1)
- Fimela. (2015). *Sejarah Bendera Pelangi, Simbol Bagi Para LGBT Seluruh Dunia*.
- Firman, T. (2020). *Seruan People Power Amien Rais dan Kegagalan People Power*.
- Fukuyama, F. (2018). *Identity: The Demand of Dignity and The Politics of Resenment*. Farrar, Straus dan Giroux.
- Gusfitri, L. (2021). *Apa Itu Pop It? Permainan Baru yang Viral di Kalangan Anak-anak, Simak Penjelasan dan Cara Mainnya*. JurnalMedan.Com.
- Harris, P. (2020). *A Huge Thanks!*
- Hartini, Y. (2019). Politik Negara Terhadap Lesbian, Gay, Bysexual, dan Transgender (LGBT) di Kota Medan. *Journal of Islamic Thought and Muslim Culture (IJITMC)*, Vol. 1(2), 199–212.
- Hasugian, M. . (2019). *1 Juta Warga Hong Kong Demo Tolak RUU Ekstradisi Cina*.
- Ilmugeografi, R. (2020). *Proses Terjadinya Pelangi – Secara Singkat Beserta Gambar dan Jenisnya*.
- Iqbal, M., Oktariana, A., Putri, C. E., & Srisadono, W. (2022). *Self-Representation And Symbolic Interactionism In The Gay Community*. 2(1), 51–60.  
<https://doi.org/10.32509/mirshus.v2i1.32>
- Juliani, R. (2019). Kampanye Lgbt Di Media Sosial Facebook Dan Whatsapp. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 29–44. <https://doi.org/10.35308/source.v4i2.920>
- Lidyana, V. (2020). *Sederet Brand Kelas Dunia yang Pro Pergerakan LGBT*. Detik Finance.
- Lubis, U. (2012). Perubahan Fungsi dan Bentuk Ornamen Bagas Godang dan Sopo Godang. *Dimensi*, 9(1), 75–98.
- Maulana, A. (2014). *Google Doodle Bela Hak Kaum Gay di Olimpiade Sochi 2014*.
- Mediawarta. (2016). *Warna Hitam Simbol Kesederhanaan Suku Kajang*. Mediawarta.Com.

- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. UI Press.
- Nguyen, M. A., & Tri, M. (2022). *Understanding the Lgbt Subculture in Vietnam: Toward Theory of Cultural Studies*. August, 0–7. <https://doi.org/10.22161/ijeel>
- Ofiskita. (2019). *Perhatikan 6 Fungsi Warna dalam Desain Grafis Sebelum Mencetak*. Ofiskita.Com.
- Poloma, M. (2004). *Sosiologi Kontemporer*. PT.Raja Grafindo Persada.
- Primasiwi, L. (2018). *Inilah Marawa Wilayah Adat Luhak Nan Tigo Minangkabau*. Genpi.Co.
- Rahayu, R. (2019). *Sejarah Bendera Pelangi Khas LGBT: Pengganti Simbol Bikinan NAZI*.
- Rehayati, R. (2013). Jati Diri Melayu di Era Global Malay Identity and multiculturalisme : Kontekstualisasi Jati Diri Melayu Era Global. *Toleransi*, 5(1).
- Rini, A. (2008). *Ensiklopedi Fenomena Alam*. Pinus Book Publisher.
- Risakotta, D. R. (2022). *Payung “Hak Asasi Manusia” LGBT*. KBA.One.
- Rossi, A. (2020). The rainbow flag between protection and monopolization: iconic heroine or damsel in distress? *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 15(9), 727–737. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/jiplp/jpaa107>
- Syafi’i, A. G. (2017). Warna Dalam Islam. *Jurnal Pemikiran Islam*, 41(1), 62–70.
- Tandon, A., & Rao, T. S. S. (2021). Pride Parades. *Journal of Psychosexual Health*, 3(3), 209–211. <https://doi.org/10.1177/26318318211038118>
- Waxman, O. B. (2018). *How the Nazi Regime’s Pink Triangle Symbol Was Repurposed for LGBTQ Pride*.
- Widayanti, T. (2009). *Politik Subaltern Pergulatan Identitas Waria*. PolGov.
- Wiratri, A. (2011). *Cyberocracy as a Social Movement in The New Burma*. 2(2), 225–234.