

**PANDANGAN TOKOH AGAMA ISLAM DAN PROTESTAN DI BANDUNG
TERHADAP EMOJI LGBT PADA APLIKASI WHATSAPP MESSENGER**

**VIEW OF ISLAM AND PROTESTANT RELIGIOUS LEADERS IN BANDUNG
AGAINSTS LGBT EMOJI ON WHATSAPP MESSENGER APPLICATION**

Ahmad Rasyid Yoshiawan, Roro Retno Wulan, Sylvie Nurfebiaraning

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
ahmadrasyid27@gmail.com, rorowoelan28@gmail.com, sylvienurfebia@gmail.com

Abstrak

Emoji saat ini sedang marak digunakan sebagai pengganti pesan teks maupun mengiringi pesan teks pada layanan media sosial yang ada. *Emoji* terdapat pada setiap layanan media sosial karena sudah menjadi standard sebuah bahasa penulisan. *Emoji* yang menjadi sorotan publik saat ini adalah *emoji* LGBT terlebih lagi pada aplikasi *WhatsApp Messenger*, karena *WhatsApp Messenger* merupakan aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di dunia, mencapai 900 juta pengguna aktif perbulannya. *Emoji* LGBT masih menjadi perdebatan di tengah-tengah perbincangan masyarakat Indonesia, karena diklaim telah melanggar etika dan budaya yang ada di Indonesia yang mempunyai ideologi Pancasila. Maka dari itu dibutuhkan pandangan para tokoh agama untuk memberikan sudut pandang yang bisa diterima oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis. Sumber data pandangan tokoh agama didapatkan dengan metode wawancara mendalam dengan tokoh agama Islam dan Protestan yang mempunyai penganut terbanyak di Indonesia.

Kata Kunci: *WhatsApp Messenger*, *Emoji*, LGBT

Abstract

Emoji is currently being rapidly adopted as a replacement for or accompany text messages text messages on social media services. *Emoji* are on any social media service because it has become standard language writing. *Emoji* into the public spotlight today is more than ever LGBT emoji app *WhatsApp Messenger*, since *WhatsApp Messenger* is a social media application that is most widely used in the world, reaching 900 million active users per month. *Emoji* LGBT still being debated in the middle of the conversation the people of Indonesia, because it is claimed to have violated ethics and culture in Indonesia with Pancasila ideology. Therefore takes the view religious leaders to give a viewpoint that can be accepted by the majority of the Indonesian people. This research uses descriptive qualitative research method with a constructivist paradigm. The data source view religious figures obtained by in-depth interviews with religious leaders of Islam and Protestantism that has the most followers in Indonesia.

Keyword: *WhatsApp Messenger*, *Emoji*, LGBT

1. Pendahuluan

Belakangan ini kehadiran *emoji* sebagai simbol atau petanda suatu sifat atau situasi sedang marak digunakan oleh masyarakat dunia, hal ini dikarenakan hampir seluruh layanan media sosial yang ada sudah menggunakan standar industri yang sudah dirancang untuk mengizinkan teks dan simbol dari semua sistem tulisan di dunia untuk ditampilkan dan dimanipulasi secara konsisten oleh komputer. *Emoji* yang menjadi sorotan belakangan ini adalah *emoji* LGBT yang ada pada beberapa layanan media sosial. LGBT merupakan singkatan dari Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transgender, fenomena LGBT di Indonesia bukanlah hal baru, karena sudah ada sejak tahun 1982, pelaku homo mendirikan Lambda Indonesia. Pada 1986 berdiri Perlesin, Persatuan Lesbian Indonesia. Pada tahun yang sama, berdiri juga pokja GAYa Nusantara, kelompok kerja Lesbian dan Gay Nusantara.

Golongan LGBT ini makin berani tampil di depan umum karena makin banyak organisasi yang mendukung atau melindungi hak-hak seorang LGBT, ditambah lagi dengan adanya *emoji* LGBT pada layanan media sosial yang dengan mudah digunakan sehari-hari makin membuat kepercayaan diri golongan LGBT meningkat. *Emoji* LGBT yang mengundang komentar dari Ketua Pusat Liputan dan Humas Kominfo, Ismail Cawidu adalah *emoji* yang ada pada aplikasi *WhatsApp Messenger*, *emoji* ini diminta untuk dihapuskan penggunaannya di Indonesia karena tidak sesuai dengan norma-norma yang berlaku dan budaya di Indonesia. Seperti pada aplikasi Line Messenger yang sudah terlebih dahulu mendapat teguran dan menghapus penggunaan *emoji* LGBT pada aplikasinya di Indonesia.

Kontroversi yang dihadirkan oleh *emoji* LGBT sangat jelas terlihat, pemberitaan di media online maupun konvensional terus dilakukan. Sebagai negara yang mempunyai budaya dan kearifan lokal, tentunya pihak Kominfo menghimbau untuk menghapuskan *emoji* LGBT tersebut di layanan media sosial di Indonesia. Terlihat jelas bahwa peran tokoh agama sangat diperlukan untuk memberikan arahan pada persepsi masyarakat Indonesia yang mayoritas menganut agama. Tokoh agama yang dimaksudkan disini adalah Kyai atau Ustad sebagai tokoh agama Islam, Pendeta sebagai tokoh agama Protestan, Pastor sebagai tokoh agama Katolik, Pandita sebagai tokoh agama Hindu, Bisku sebagai tokoh agama Budhha, dan Xue Shi sebagai tokoh agama Konghucu. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pandangan tokoh agama Islam dan Protestan sebagai dua agama terbanyak penganutnya di Indonesia terhadap *emoji* LGBT yang sedang ramai diperbincangkan oleh para pengguna layanan pengguna media sosial di Indonesia.

1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana pandangan tokoh agama Islam dan Protestan terhadap *emoji* LGBT yang ada pada aplikasi *WhatsApp Messenger* ?
2. Bagaimana pemaknaan *emoji* LGBT pada *WhatsApp Messenger* sebagai tanda LGBT oleh tokoh agama Islam dan Protestan di Bandung

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pandangan tokoh agama Islam dan Protestan terhadap *emoji* LGBT yang ada pada aplikasi *WhatsApp Messenger* ?
2. Mengetahui pemaknaan *emoji* LGBT pada *WhatsApp Messenger* sebagai tanda LGBT oleh tokoh agama Islam dan Protestan di Bandung

2. Dasar Teori

a. Komunikasi

Stephen W. Littlejohn (Morissan, 2013:4)¹ mengatakan bahwa *communication is difficult to define. The word is abstract and, like most terms, posses numerous meanins* komunikasi sulit untuk didefinisikan, kata komunikasi bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti. Komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti ‘sama’, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti ‘membuat sama’. Istilah *communis* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin yang mirip. Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai ‘berbagi pengalaman’. Sampai batas tertentu, setiap makhluk dapat dikatakan melakukan komunikasi dalam pengertian berbagi pengalaman (Mulyana:2007)². Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang-orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan.

b. Semiotika Charles Sanders Peirce

Semiotika (semiotics) didefinisikan oleh Ferdinand de Saussure sebagai ilmu yang mengkaji tentang tanda sebagai bagian dari kehidupan. Implisit dalam definisi Saussure adalah prinsip, bahwa semiotika sangat menyandarkan dirinya pada aturan main (rule) atau kode sosial (social code) yang berlaku di dalam masyarakat, sehingga tanda dapat dipahami maknanya secara kolektif.

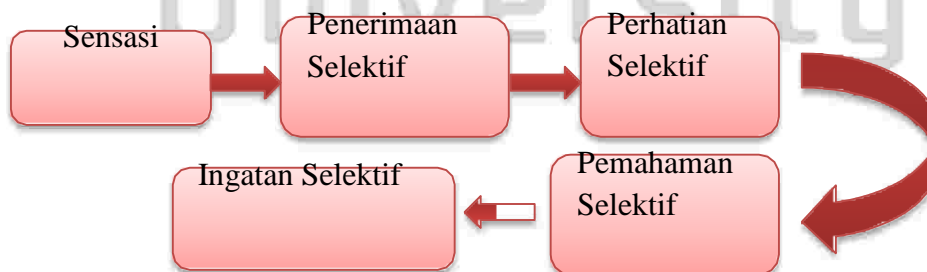
Charles Sanders Peirce mendefinisikan semiotika sebagai studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, yakni cara berfungsinya, hubungan dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya (Van Zoest, 1978, dalam Rusmana, 2014).

Dalam Rusmana (2014) Peirce memandang tanda bukan sebagai struktur, melainkan bagian dari proses pemahaman (signifikasi komunikasi). Tanda merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari objek referensinya serta pemahaman subjek atas tanda. Peirce menyebutnya representamen, sedangkan sesuatu yang ditunjuk atau diacunya disebut objek. Tanda yang diartikan sebagai “sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain” bagi seseorang berarti menjadikan tanda bukan sebagai entitas otonom.

c. Persepsi

Persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah memberikan makna pada stimulus inderawi (Rakhmat, 2011:50)³. Pengertian persepsi menurut Bimo Walgito (2004:70)⁴ merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam 10 bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain.

Gambar 1
Skema Proses Terjadinya Persepsi



Sumber: Morissan (2010: 96 - 101)⁵

Persepsi setiap individu kemungkinan besar berbeda-beda, karena dalam prosesnya terjadi beberapa tahap yang disesuaikan dengan pengalaman dan juga pengetahuan juga rangsangan pada masing-masing individu. Skema proses terjadinya persepsi adalah sebagai berikut (Morissan, 2010:96-101)⁵:

1. Sensasi. Dalam perspektif pemasaran, George dan Michael Belch (2001) mendefinisikan sensasi sebagai respons segera dan langsung oleh indra (rasa, penciuman, penglihatan, sentuhan dan pendengaran) terhadap stimuli seperti iklan, nama merek, kemasan, peragaan, dan sebagainya.
2. Penerimaan Selektif. Factor penentu apakah stimuli pemasaran akan ditanggapi atau tidak dan bagaimana stimuli itu diinterpretasikan akan bergantung pada factor psikologis internal konsumen, seperti : kepribadian, kebutuhan, motif, harapan, dan pengalaman yang dimiliki. Proses persepsi individu biasanya terfokus pada stimuli lingkungan yang relevan dengan kebutuhannya dan mengabaikan stimuli yang tidak relevan. Dengan demikian, tidak semua stimuli akan diterima. Dengan kata lain, manusia memilih untuk menerima atau tidak menerima stimuli. Kondisi ini disebut dengan penerimaan selektif yang terjadi jika konsumen memilih untuk bersedia atau tidak bersedia untuk menerima stimuli. Sensasi Penerimaan Selektif Perhatian Selektif Pemahaman Selektif Ingatan Selektif
3. Perhatian Selektif. Proses penyaringan stimuli yang terjadi jika konsumen memilih untuk memberikan perhatian terhadap stimuli tertentu dan mengabaikan yang lainnya.
4. Pemahaman Selektif. Kecenderungan seseorang untuk mengubah informasi atau menafsirkan informasi sesuai dengan sikap, kepercayaan, motif, dan pengalaman mereka.
5. Ingatan Selektif. Adalah proses penyimpanan pesan dalam ingatan khalayak yang akan digunakan ketika mengambil keputusan.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian konstruktivisme dimana kebenaran suatu realita dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran realita sosial bersifat relatif. Penelitian ini juga menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif yang mendeskripsikan hasil-hasil penelitian yang ditemukan dilapangan secara tertulis

4. Pembahasan

Emoji adalah gambar pada chat atau ruang obrolan pada sebuah aplikasi untuk menggambarkan atau mewakili perasaan atau kondisi dan situasi seseorang kepada orang lain melalui chat personal maupun secara berkelompok. Umat beragama Islam dan Protestan kebanyakan juga menggunakan aplikasi *WhatsApp Messenger* untuk kebutuhan yang beragam, dan tidak terpujungi para tokoh agama Islam dan Protestan pun memakai aplikasi *WhatsApp Messenger* untuk berbagai kebutuhan mereka. Pandangan para tokoh agama Islam dan Protestan sangat dibutuhkan untuk menanggapi fenomena LGBT yang secara jelas perbuatannya dilarang agama yang sekarang merambat dengan teknologi melalui *emoji* dan secara perlahan-lahan masuk kedalam kehidupan dunia orang-orang heterogen.

4.1 Pemaknaan *Emoji* LGBT Sebagai Tanda LGBT (Semiotika Sanders Pierce)

Emoji LGBT pada aplikasi *WhatsApp Messenger* merupakan *emoji* yang dirancang dengan susunan gambar sesama jenis baik laki-laki maupun perempuan saling menyukai sesama laki-laki dan perempuan juga. Menurut Peirce semiotika didasarkan pada logika, karena logika mempelajari bagaimana orang bernalar, sedangkan penalaran menurut Peirce dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda memungkinkan kita berpikir, berhubungan dengan orang lain dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta.

Berdasarkan Trikotomi pertama yang dalam teori segitiga Pierce yakni:

- a. Qualisign adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan sifatnya. Misalnya sifat warna merah adalah qualisign, karena dapat dipakai tanda untuk menunjukkan cinta, bahaya atau larangan.
- b. Sinisgn adalah tanda-tanda yang menjadi tanda berdasarkan bentuk atau rupanya di dalam kenyataan. Semua ucapan yang bersifat individual bias merupakan sinisgn. Misalnya suatu jeritan, dapat berarti heran, senang, atau kesakitan.

c. Legisign adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan suatu peraturan yang berlaku umum, suatu konvensi, suatu kode. Misalnya rambu-rambu lalu lintas ketika merah harus berhenti, kuning harus hant-hati dan hijau diperkenankan untuk jalan.

Emoji pada aplikasi *WhatsApp Messenger* yang menggambarkan LGBT dapat dilihat dari ketiga pemaknaan diatas, dalam *emoji* LGBT ada tanda hati yang berwarna merah muda yang menggambarkan lambang kasih sayang atau lambang cinta antar kedua gambar pria dan wanita pada *emoji* LGBT tersebut, sedangkan pada gambar tersebut yang menggambarkan dengan lambang saling menyayangi atau mencintai adalah sesama pria dan sesama wanita. Hal ini melanggar peraturan yang berlaku secara umum dan tersirat di Indonesia sebagai negara hukum dan menjunjung tinggi agama sebagai salah satu ideologi

Para tokoh agama memandang *emoji* ini dari awal memang sebagai *emoji* LGBT yang dimana *emoji* ini adalah *emoji* yang mendukung dengan aksi LGBT, di Agama manapun di Indonesia LGBT dilarang perbuatannya, akan tetapi *emoji* ini bukanlah perbuatan yang sebenarnya, ini hanyalah penggambaran perasaan dari pengirim pesan kepada penerima pesan, tetapi para tokoh agama Islam maupun Protestan menyarankan agar tidak memakai *emoji* LGBT ini agar tidak terjerumus dan tidak melakukan perbuatan yang sebenarnya. Dalam agama memang tidak ada ayat yang mengatur tentang *emoji*, hanya saja, jika *emoji* atau tanda ini diartikan sebagaimana seharusnya, maka tanda atau *emoji* ini menggambarkan arti atau makna dibalik bentuk tanda tersebut yakni LGBT. maka dari itu para tokoh agama Islam dan Kristen melarang penggunaan *emoji* ini karena dikhawatirkan melalui *emoji* ini akan terjadi kesalahpahaman persepsi pada penerima pesan pada aplikasi *WhatsApp Messenger*

4.2 Persepsi Para Tokoh Agama Islam dan Protestan Tentang *Emoji* LGBT Pada Aplikasi *WhatsApp Messenger*

Para tokoh agama Islam dan Protestan di Bandung tentunya memandang fenomena *emoji* LGBT ini dari sudut pandang ketokohan agama masing-masing. Menurut informan dari tokoh agama Islam, *emoji* LGBT ini adalah sebuah tanda yang menggambarkan makna dibalik tanda atau simbol tersebut. Penggunaan *emoji* LGBT ini terhadap sesama pengguna aplikasi *WhatsApp Messenger* sebaiknya dihindari karena hal ini merupakan salah satu bentuk kampanye dari pihak LGBT untuk menyebarluaskan pengaruh LGBT yang sebenarnya pada generasi pengguna media sosial kebanyakan saat ini adalah anak-anak dan remaja

Pandangan menurut informan dari tokoh agama Protestan menganggap *emoji* LGBT bagaikan sebuah sel kanker yang lama-kelamaan akan tumbuh terus-menerus dalam pikiran manusia. Salah satu alasan informan melarang penggunaan *emoji* LGBT ini adalah ditakutkan akan menjadi seorang LGBT yang sesungguhnya dengan mula-mula memakai tanda-tanda yang merepresentasikan bahwa seseorang ini adalah golongan LGBT.

5. Kesimpulan

Penelitian yang berjudul “Pandangan Tokoh Agama Islam dan Protestan di Bandung Terhadap *Emoji* LGBT Pada Aplikasi *WhatsApp Messenger*” mempunyai kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang didapat oleh peneliti melalui metode wawancara mendalam dengan para informan selaku tokoh agama di agama Islam dan Protestan yakni LGBT pada dasarnya dilarang oleh agama Islam dan Protestan, karena sudah tercatat di kitab suci kedua agama tersebut larangan perbuatan LGBT dan hukuman bagi orang-orang yang melakukannya, tidak hanya pada agama Islam dan Protestan saja, pada agama lain seperti katolik, konghucu, buddha dan hindu juga melarang perbuatan LGBT.

Pada penelitian ini peneliti memfokuskan terhadap beberapa poin, yaitu:

1. pandangan para tokoh agama Islam dan Protestan dalam menanggapi *emoji* LGBT yang terdapat pada aplikasi *WhatsApp Messenger*. Pandangan dari tokoh agama Islam adalah menolak LGBT dalam bentuk apapun, dalam bentuk perbuatan maupun bentuk simbol-simbol LGBT seperti *emoji*, bahkan *emoji* LGBT ini dianggap oleh para tokoh agama Islam merupakan salah satu kampanye yang dilakukan oleh para penyandang dan pendukung LGBT. Pandangan para tokoh agama Protestan yang menjadi informan penelitian mengatakan bentuk penolakan terhadap LGBT dan segala macam bentuk LGBT. Para tokoh agama Protestan yang menjadi informan penelitian mengatakan bahwa *emoji* LGBT ini harus segera dihapus atau ditiadakan lagi, karena menurut beliau, awalnya memang sekedar *emoji* saja, tapi lama-kelamaan ini akan memacu kepada perbuatan yang sebenarnya, dan *emoji* LGBT ini membuat para kaum LGBT merasa didukung dan diapresiasi, ini hal yang harus segera ditindak oleh Kominfo
2. Para tokoh agama Islam dan Protestan yang menjadi informan penelitian awalnya tidak mengetahui tentang adanya *emoji* LGBT pada aplikasi *WhatsApp Messenger* yang mereka gunakan sehari-hari. Setelah para

informan mengetahui tentang *emoji* LGBT tersebut, para informan langsung menunjukkan sikap penolakan dan terkejut. Sikap yang ditunjukkan oleh tokoh agama Islam adalah tetap menggunakan aplikasi *WhatsApp Messenger* tersebut, akan tetapi menghindari penggunaan *emoji-emoji* LGBT. Para tokoh agama Islam masih menggunakan aplikasi tersebut dikarenakan fungsi dari aplikasi tersebut yang sangat membantu dalam komunikasi antar sesama muslim.

3. Sikap yang ditunjukkan oleh para tokoh agama Protestan adalah tetap menggunakan aplikasi tersebut untuk berkomunikasi sehari-hari. Informan menjelaskan bahwa *emoji* LGBT itu adalah salah satu fasilitas yang ada pada aplikasi *WhatsApp Messenger*, maka dari itu kembali lagi kepada penggunaanya untuk memutuskan menggunakan fasilitas tersebut atau tidak. Para tokoh agama Protestan juga tidak akan menggunakan *emoji* tersebut dalam keadaan apapun.
4. Pemaknaan berdasarkan teori R-O-I, (R) adalah bagian tanda yang dapat dipersepsi secara fisik atau mental, yang merujuk pada sesuatu yang diwakili olehnya (O). Kemudian (I) adalah bagian dari proses yang menafsirkan hubungan antara R dan O. pada teori segitiga yang dikembangkan oleh Pierce terdapat Trikonomi yang menjelaskan maksud dari R-O-I.

Emoji LGBT yang ada pada aplikasi *WhatsApp Messenger* jika diartika menurut Trikonomi yang diambil oleh peneliti disini yang mengulas tanda berdasarkan sifat, bentuk dan peraturan yang berlaku, maka *emoji* LGBT yang ada pada aplikasi *WhatsApp Messenger* ini harus dihapuskan sesuai dengan etika yang berlaku di Indonesia

Para tokoh agama Islam dan Protestan menghimbau untuk tidak mendekati *emoji* LGBT. dan para informan memberikan strategi untuk tidak terjerumus terhadap perbuatan LGBT maupun penggunaan *emoji* LGBT

1. Selalu mendekatkan diri dan berpegang teguh kepada ajaran-ajaran agama yang dianut
2. Memberikan penyuluhan pada ceramah atau pengajian di Masjid maupun Gereja tentang bahaya LGBT
3. Memberikan pengawasan terhadap anak usia dini dalam memainkan gadget dan membuka situs internet
4. Tidak mendiskriminasikan para kaum LGBT, akan tetapi memberikan rehabilitasi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Morissan. (2013). *Teori Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia
- [2] Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- [3] Rakhmat, Jalaluddin. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [4] Walgito, Bimo. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Edisi ke- 3. Yogyakarta: Adi
- [5] Morissan, (2010) *Teori Komunikasi Massa*, Bogor : Ghalia Indonesia
- [6] Rusmana, Dadan. (2014). *Filsafat Komunikasi*. Bandung : CV Pustaka Setia.

Telkom
University