



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara mendalam, maka penulis bisa menarik kesimpulan bahwa keseluruhan informan adalah perempuan yang sudah memiliki orientasi seksual lesbian yang penguatannya berbeda-beda di tiap individu. Mereka melakukan interaksi melalui komunikasi antarpribadi dengan lingkungan sekitar dan teman sesama lesbian. Interaksi tersebut diperoleh dari komunikasi efektif yang meliputi 5 faktor yaitu Keterbukaan, Empati, Sikap Mendukung, Sikap Positif dan Kesetaraan.

Identitas sosial dari para informan diperoleh setelah mereka mendapat pemahaman tentang identitas diri. Peneliti juga dapat menarik kesimpulan bahwa para informan mendapatkan identitas diri mereka melalui tiga tahap yaitu *Identity Unexamined*, *Identity Search* dan *Identity Achievement*. Dari identitas diri ini, para informan kemudian mendapatkan penguatan identitas sosial mereka sebagai kaum lesbian melalui interaksi dengan komunitas lesbian. Interaksi para informan dan keikutsertaan mereka dalam satu komunitas tersebut memperkuat terciptanya perasaan *in-group* dan *out-group* di diri mereka dan pada akhirnya terciptalah identitas sosial yang kuat sebagai kaum lesbian.

Peneliti kemudian menyimpulkan beberapa poin terkait identitas sosial. Poin pertama adalah keempat informan telah melakukan *Social Categorization*, yaitu proses kategorisasi *in-group* dan *out-group*. Kategori *in-group* adalah pada saat mereka berada di satu ruang lingkup bersama dengan teman-teman dari komunitas sejenis, dan kategori *out-group* yaitu pada saat mereka berada di ruang lingkup dengan teman-teman dan orang-orang dari kalangan heteroseksual. Selain itu, ada pula perbedaan sikap dari para informan ketika berada di dua lingkungan tersebut. Dari segi pembicaraan, para informan tidak membahas lesbianisme di lingkungan heteroseksual, sebaliknya, mereka tidak membahas permasalahan heteroseksual di antara teman lesbian mereka.

Poin kedua adalah *Social Identification*, yaitu pada saat keempat informan mulai mengidentifikasi diri mereka sebagai bagian dari satu komunitas lesbian. Para informan merasa lebih senang dan percaya diri ketika berada di lingkungan *in-group*, dan juga merasa mendapat dukungan yang bisa meningkatkan harga diri mereka, juga merasa nyaman dan aman.

Poin ketiga adalah *Social Comparison*, yaitu tahap dimana keempat informan melakukan perbandingan dari *in-group* dan *out-group* untuk mencari nilai positif yang dimiliki oleh *in-group* mereka. Para informan sudah mendapat pemahaman yang baik tentang lesbianism. Setelah bertemu langsung dengan teman dari komunitas lesbian, para informan merasa bahwa *in-group* mereka tidak seperti yang mereka pikirkan sebelumnya. Hal tersebut membuat para informan merasa berada dalam ruang lingkup yang baik.

5.2 Saran

Peneliti pada bab ini akan memberikan saran, baik praktis dan akademis yang nantinya diharapkan untuk bisa berguna bagi semua pihak.

5.2.1 Saran Praktis

Diharapkan pada penelitian berikutnya, kajian tentang LGBT dan orientasi seksual lainnya ataupun seksualitas bisa lebih banyak dan bervariasi. Edukasi mengenai seksualitas dan peran *gender* sangat diperlukan mengingat perkembangan zaman yang sangat pesat di segala bidang dan pola pikir masyarakat yang mulai terbuka soal kemajemukan dan keragaman dalam hal tersebut.

5.2.2 Saran Teoritis

Diharapkan agar pada penelitian berikutnya, masyarakat bisa lebih memahami bagaimana komunikasi bisa membentuk dan menguatkan identitas diri, yang berujung kepada pembentukan identitas sosial yang baik.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA