



Alpha Makeup, Endi Feng, dan Jovi Adhiguna sebagai Tren Baru Konstruksi Gender Laki-Laki di Indonesia

Mona Yonatha A., Yadi Ruyadi, Leni Anggraeni

Universitas Pendidikan Indonesia

Jl. Dr. Setiabudhi No. 229, Isola, Sukasari, Bandung Kota, Jawa Barat

Correspondence: E-mail: monayonatha@student.upi.edu

ABSTRAK

Trend menggunakan makeup dikalangan perempuan sudah terjadi sejak bertahun-tahun lamanya. Makeup sudah dikonstruksikan sebagai alat yang digunakan oleh perempuan. Lain halnya dengan yang terjadi sekarang dimana banyak dari laki-laki yang menggunakan makeup sebagai presentasi diri dan konstruksi identitas baru bagi gender laki-laki. Alpha Makeup, Endi Feng, dan Jovi Adhiguna acapkali merepresentasikan dirinya dalam sosial media mereka sebagai seorang laki-laki feminin yang acapkali menggunakan makeup atau pakaian yang dikenal masyarakat sebagai barang yang dikonstruksikan untuk perempuan. Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan konsep kecantikan yang selama ini dikaitkan pada perempuan, tetapi mereka telah mendobrak batas-batas kenormalan dari konstruksi gender laki-laki yang dikenal masyarakat sebagai sosok yang jantan dan maskulin, dengan pendekatan kualitatif hal ini dimaksud untuk mengkaji secara mendalam mengenai konstruksi identitas gender yang baru, terutama gender laki-laki.

ARTIKEL INFO

Kata Kunci:
Konstruksi Gender,
Makeup,
Presentasi diri

1. PENDAHULUAN

Sejak maraknya kreator YouTube yang bergerak di bidang kecantikan (beauty vlogger) menjadi seorang yang sukses, tidak jarang mereka menjadi seorang yang terkenal bak bintang idola, membuat banyak dari generasi muda, khususnya kaum hawa, berbondong-bondong menjadi creator beauty vlogger. Mereka banyak membagikan videovideo seputar pengalaman mereka membeli alat kecantikan, berunjuk keterampilan dalam memoles wajah mereka menggunakan alat kecantikan, serta memberikan tips and tricks agar dapat berpenampilan menarik, hal itu tentu berbanding lurus dengan nilai dan norma pada sebagian masyarakat heteronormatif yang mengartikan konsep cantik pada gender perempuan.

Lain halnya jika beauty vlogger yang terkenal berasal dari jenis kelamin laki-laki. Hal ini tentu akan menarik dibahas karena konsep gender laki-laki yang diketahui masyarakat luas dikenal sebagai sosok yang jantan dan tampan, tetapi yang ditonjolkan oleh para beauty vlogger laki-laki ini malah menampilkan tanda-tanda visual yang bertolak belakang dengan jenis kelaminnya serta nilai dan norma yang ada dalam sebagian besar masyarakat.

Dikotomi gender laki-laki dan perempuan yang berlaku di masyarakat ini memiliki makna bahwa laki-laki harus maskulin dan perempuan harus feminin. Sehingga mereka yang memiliki identitas yang tidak umum dari apa yang dikenali masyarakat akan dikenal sebagai seorang individu yang 'berbeda' dari masyarakat pada umumnya.

Banyak yang mengasumsikan bahwa identitas gender bersifat tetap, padahal, selain representasi diri, identitas juga memiliki sifat sosial yang berarti bentuk identitas dapat berubah dan terkait dengan berbagai konteks sosial dan kultural serta dapat berubah maknanya menurut ruang, waktu dan

pemakaian (Yunita & Udasmoro, 2015, hlm. 96).

Barker (2008) mengemukakan, identitas diekspresikan melalui berbagai bentuk representasi yang dapat dikenali oleh orang lain dan diri sendiri. Jadi, identitas adalah suatu esensi yang dapat dimaknai melalui tanda-tanda selera, kepercayaan, sikap, dan gaya hidup (hlm. 173-174).

Hal itulah yang terjadi pada masyarakat dewasa ini yang merepresentasikan dirinya dalam berbagai bentuk seperti sikap, penampilan, maupun gaya hidup, tidak terpaku pada jenis kelaminnya tetapi terhadap apa yang menurut mereka nyaman dan senang. Hal itu pula yang terjadi pada kreator YouTube laki-laki terutama mereka yang bergerak di bidang kecantikan.

Isu genderless (tidak memiliki gender) dari hari ke hari semakin diperhatikan oleh publik, terutama pada masyarakat yang tinggal di negara barat bahkan pada masyarakat kita yang hidup di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Sudah banyak orang yang mulai mempertanyakan kategori gender yang kaku dan mengemukakan berbagai kritis atasnya (Farida, 2016, hlm. 43).

Lebih lanjut, Poisson (dalam Farida, 2016) mengemukakan, terdapat orang tua di negara Barat sana yang mendidik anak mereka dengan sistem genderless

"...orang tua mereka memberi kebebasan dalam mengekspresikan identitas gender mereka, tidak ada larangan mengenai jenis baju mereka, mainan mereka, ataupun mode rambut mereka yang mengikat mereka pada satu identitas gender tertentu. Mereka boleh berambut panjang dan dikepang atau memakai gaun pink yang berenda" (hlm. 44).

Apakah gender dan seks merupakan suatu pemahaman yang sama? Banyak dari masyarakat awam yang mengartikan bahwa

seks dan gender memiliki arti yang sama, bahkan jika kita mencari kata 'gender' pada kamus, maka kamus pun akan mengartikan gender sebagai jenis kelamin. Padahal sebenarnya mereka memiliki arti yang berbeda. Oleh sebab itu, sebelum membahas gender yang lebih dalam, maka perlu diungkapkan terlebih dahulu mengenai seks dan gender.

Merujuk pada pengertian yang Fakhri (2013) utarakan bahwa seks atau jenis kelamin merupakan pembagian dua jenis kelamin yang berbeda yang ditentukan secara biologis,

"...manusia yang memiliki jenis kelamin laki-laki adalah makhluk yang memiliki jakut, penis, dan memproduksi sperma. Sedangkan manusia yang memiliki jenis kelamin perempuan adalah makhluk yang memiliki (kebanyakan) payudara yang lebih menonjol dibandingkan pria, rahim, vagina, dan memproduksi telur. Oleh sebab itu, jenis kelamin tidak dapat dipertukarkan dan akan selalu melekat pada manusia (kecuali teknologi yang berkata lain, bahwa dewasa ini manusia dapat melakukan operasi kelamin (transseksual), dimana mereka yang memiliki perilaku transgender dapat mengubah jenis kelaminnya melalui bantuan medis). Sedangkan gender, adalah suatu sifat yang melekat pada laki-laki atau perempuan yang dikonstruksi secara sosial maupun kultural" (hlm. 7-8).

Karena gender dapat berubah, tidak heran bahwa kita akan sering melihat fenomena seseorang yang berjenis kelamin laki-laki tetapi memiliki perilaku yang lemahlembut dan bergaya seperti perempuan. Pun begitu juga terhadap seseorang yang berjenis kelamin perempuan yang memiliki perawakan dan tingkah laku seperti pria.

Hidayana (2018) mengungkapkan bahwa sebelum agama masuk ke Indonesia,

masyarakat Bugis di Sulawesi Selatan memiliki keberagaman gender dengan mengakui lima jenis gender. Merekapun membagi masyarakat ke dalam lima kelompok gender yakni; laki-laki (oroane), perempuan (mak-kunrai), laki-laki menyerupai perempuan (calabai), perempuan menyerupai laki-laki (calalai), dan pendeta androgini (bissu).

Hal ini juga serupa terjadi di daerah Toraja, Papua Tenggara, dan di Jawa Timur dengan tarian Reog Ponorogo yang kental akan unsur spiritualnya. Penari dari Reog Ponorogo yang disebut Warok harus mengikuti aturan dan ritual secara fisik maupun spiritual yang ketat. Dalam aturannya, seorang Warok tidak boleh berhubungan intim dengan seorang wanita, dia diijinkan melakukan hubungan intim dengan karakter anak laki-laki muda yang disebut Gemblak, meski begitu, mereka tidak mendefinisikan diri mereka sebagai homoseksual.

Setelah unsur-unsur agama masuk ke Indonesia diikuti zaman kolonialisme yang dibawa Belanda, keberagaman gender di Indonesia yang unik sedikit demi sedikit terkikis. Disebarkan kembali konsep gender yang baru dengan unsur-unsur agama dan nilai-nilai yang modern, karena agama modern sangat menekankan heteroseksualitas dalam pernikahan. Oleh karena itu, konsep gender dapat berubah dari waktu ke waktu, berbeda dari tempat ke tempat, maupun berbeda dari suatu kelas ke kelas yang lain (Fakhri, 2013, hlm. 9)

Di dunia belahan barat, para ahli sudah menulis beragam macam tulisan tentang gender tidak hanya membahas mengenai kesetaraan gender antara pria dan wanita, melainkan juga mereka yang memiliki orientasi seksual yang bagi rakyat Indonesia masih dibilang "tidak lazim". Katakanlah LGBTQ+ (lesbian, gay, bisexual, transgender, queer plus) yang dengan gencar menyerukan persamaan hak dan perlindungan hukum bagi kaum minoritas tersebut.

Beberapa individu di Barat yang mendefinisikan dirinya sebagai pansexual, yakni seseorang yang tertarik pada semua jenis gender manapun, terlepas pasangannya itu seorang cis-gender, lesbian, gay, atau seseorang yang transgender maupun transseksual. Gold (2018) mengemukakan bahwa penyanyi muda asal Amerika Serikat seperti Miley Cyrus pun sudah mengidentifikasi dirinya sebagai pansexual yang dia umumkan pada media di tahun 2015 lalu.

Bahkan ada beberapa pasangan LGBT di Amerika Serikat yang mendidik anaknya untuk tidak memanggil mereka dengan sebutan “Mommy” dan “Daddy”. Sebutan itu mereka ganti dengan sebutan lain setelah sekepakatan terjalin, seperti Abba (yang berarti Ayah dalam Bahasa Yahudi— yang terdengar lebih netral-gender bagi mereka yang seorang queer), Maddie atau Mather (sebuah amalgamasi dan penggabungan antara “mommy” dan “daddy” serta “mother” dan “father”).

Tentu hal ini mengundang kontroversi di kalangan masyarakat awam maupun terdidik di Amerika Serikat sekalipun. Kutipan atas pendapat Kahn dari artikel yang ditulis Stephanie Fairyington:

Kahn dalam Fairyington (2018) mengemukakan bahwa “...because becoming a parent was beyond the community’s reach for so long. It’s so powerful to be a parent, to have the title mom or dad. A lot of us want that because for decades it seemed like it wasn’t on the table for us to build a family, so there’s almost like a privilege in finally being able to say ‘I’m a mom’ or ‘I’m a dad.’”

Sedangkan Eric Rosswood dalam Fairyington (2018), penulis dari “*The Ultimate Guide for Gay Dads*” dan “*Journey to Same-Sex Parenthood*”, berpendapat bahwa “...we shouldn’t get too hung up on parenting terms as a means of upending the status quo. We’re already defying labels and challenging gender stereotypes regardless of what we call ourselves”.

Akhir-akhir ini kelompok minoritas gender memang sedang gencar menyerukan kesetaraan hak agar dapat hidup normal seperti yang lainnya. Sekalipun banyak dari negaranegara di barat sana yang sudah meleakgalkan pernikahan sesama jenis, namun hak-hak atas kelompok minoritas gender masih menjadi polemik, terbukti dari beberapa media yang menuliskan mengenai hukum bagi mereka yang sudah melakukan transseksual, ataupun hukum pengadopsian anak bagi orang tua sesama jenis masih belum terealisasi dengan sempurna.

Jika di barat sana memiliki problematika gender yang lebih kompleks, di Indonesia mungkin masih tidak sekompleks di sana, karena Indonesia tidak melegalkan pernikahan sesama jenis dan tidak membenarkan LGBTQ+. Bahkan isu gender sekalipun masih menjadi polemik dari berbagai kalangan. Ada yang masih menentang “gender” dan feministas dengan dalil bahwa gender adalah produk dari Barat sana dan tidak sesuai dengan nilai-nilai suatu agama di Indonesia ini.

Terlepas dari semua perdebatan, seperti yang sudah penulis paparkan di atas, bahwa sebelum masuknya agama-agama dan pengaruh modernisasi yang kuat ke Indonesia, kita sudah memiliki beragam macam kebudayaan. Indonesia, menurut Hidayana (2018), memiliki sejarah homoseksualitas dan transgender yang kaya, fakta ini tentunya bertentangan dengan kepercayaan umum bahwa mereka adalah “iriman dari Barat”.

Setiap negara di dunia juga pasti memiliki keunikan dan keberagaman budaya yang diturunkan dari nenek moyangnya masing-masing, sehingga sebelum pengaruh budaya barat berkembang dengan pesat ke seluruh penjuru dunia, apa yang dianggap sebagai doktrin kiriman Barat, mungkin mereka sudah memilikinya sebagai kearifan lokal jauh sebelum doktrin Barat masuk.

Sejak pertama launching pada 2006 silam, YouTube telah memiliki review yang

positif dari semua pengguna di seluruh penjuru dunia. Saat ini konten video di YouTube yang banyak digemari masyarakat adalah makeup tutorial, traveling video, music video, cooking video, dan film (Rini & Imran, 2017, hlm. 941). Tidak heran banyak dari kawula muda yang berbondong-bondong menggunakan YouTube sebagai sarana pencarian informasi atau hiburan ataupun mengunggah video untuk berbagi informasi, bahkan sebagai pekerjaan profesional untuk mendapatkan pundi-pundi uang.

Ada banyak kreator YouTube pada segmen kecantikan. Para konten kreator ini dapat disebut sebagai beauty vlogger. Beauty vlogger juga dapat dikenal sebagai beauty influencer yang mengunduh video mereka tentang tutorial dan review makeup di YouTube dalam rangka mengekspresikan diri mereka dan memengaruhi orang-orang yang menonton video mereka untuk menggunakan apa yang mereka gunakan.

Menurut Pixability (dalam Rahmi dkk., 2016, hlm. 14) mengemukakan bahwa, *"Beauty vloggers are YouTube users who produce and publish videos related to beauty or cosmetics to their personal YouTube account and are not affiliated with a brand"*. Meskipun dewasa ini, banyak dari besutan *beauty vlogger* di YouTube yang menjadi *brand ambassador* dari sebuah *brand makeup* akibat dari banyaknya orang yang terpengaruh dari *review* yang telah dilontarkan oleh para *beauty vlogger*.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif ini ditujukan karena peneliti merasa bahwa penelitian ini harus dikaji secara mendalam agar data yang diperoleh lebih akurat. Selain itu metode kualitatif ini dinilai lebih akurat dan disifatkan sebagai sebuah eksplorasi yang tidak bertujuan untuk membuat hipotesis atau generalisasi Bungin (2011, hlm 69).

Alasan penelitian ini menggunakan metode kualitatif adalah dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau memaparkan serta memahami masalah penelitian mengenai strategi perempuan single parent dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga dengan analisa induktif, memiliki struktur penelitian yang fleksibel. Creswell (2013, hlm. 256).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif analisis, karena yang akan diteliti adalah konstruksi identitas gender pada ketiga beauty influencer laki-laki, yakni Alpha Makeup, Endi Feng, dan Jovi Adhiguna.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika dulu orang-orang mengetahui bahwa penata rias (atau dikenal juga sebagai makeup artist– MUA) hanya dilakukan oleh orang-orang yang profesional dan telah melalui sekolah atau kursus yang khusus di sebuah lembaga pendidikan kecantikan, tapi sekarang banyak orang telah menjadi seorang yang sukses di bidang kecantikan (disebut juga sebagai beauty vlogger atau beauty influencer) karena telah membagikan kemampuan mereka memoles makeup pada wajah melalui akun YouTube mereka.

Di Indonesia juga telah memiliki sederet beauty vlogger yang ketenarannya sudah seperti seorang idola dan aktris, seperti Tasya Farasya, Suhay Salim, Abel Cantika, dsb.. Sebagian dari mereka memang telah melalui sekolah atau kursus pada bidang kecantikan, sehingga tidak heran jika mereka memiliki kemampuan memoles wajah yang fantastis, tapi tidak sedikit juga seorang beauty vlogger yang memiliki kemampuan hebat secara otodidak dalam hal memoles wajah.

Mereka ini yang juga telah memengaruhi banyak perempuan Indonesia untuk menjadi cantik seperti mereka. Tidak heran banyak dari produsen produk kecantikan yang menjadikan mereka sebagai brand ambassador. Konsep kecantikan memang biasanya melekat pada

perempuan. Banyak perempuan yang mendambakan menjadi seseorang yang cantik sebagaimana yang mereka yakini mengenai standar kecantikan.

Ada banyak cara yang dilakukan perempuan untuk menggapai standar kecantikan yang mereka yakini itu, apakah itu melalui pertolongan sang tenaga ahli dibidang medis, seperti mengunjungi dokter untuk melakukan bedah plastik, penggunaan filler dan botox, pergi ke klinik kecantikan sekadar perawatan, sampai penggunaan makeup untuk menunjang rasa percaya diri.

Semua itu merupakan hal yang lazim dilakukan oleh setiap perempuan, bahkan jauh sebelum dunia memasuki abad millennium ini, karena perempuan merupakan lambang dari keindahan dan kecantikan. Namun, apa jadinya jika kecantikan juga melekat pada diri seorang kaum Adam.

Ini akan menjadi sesuatu yang lumrah jika seorang perempuan yang menjadi beauty vlogger, namun nyatanya, di era masyarakat 4.0 (society 4.0) dimana arus informasi dan penggunaan internet digunakan secara masive, telah bermunculan beberapa kaum Adam yang menjadi seorang beauty influencer.

Berdasarkan artikel populer yang ditulis oleh Carla Marshall dari tubularinsight.com, berjudul *"Boys and Beauty: These Male Beauty Influencers Are Killing It!"*, mengemukakan bahwa,

"...Every kind of makeup artist and tutorial exist on YouTube, but the breakthrough of the male influencer in this vertical has exploded over the last couple of years... London-based beauty blogger Lewys Ball became the first male face of Rimmel cosmetics in 2017, while Jake-Jamie Ward, who goes by the title Beauty Boy on YouTube, rose to prominence when he started the online movement known as #Makeups-Genderless. He has also been the male face of L'Oreal UK."

Membuktikan bahwa fenomena ini akan menuntun masyarakat pada perspektif baru tentang kecantikan. Makeup untuk laki-laki (makeup for male), akan menjadi trend baru di masyarakat khususnya di bidang kecantikan, karena banyak dari produsen produk kecantikan yang sudah mempertimbangkan beauty influencer laki-laki seperti James Charles, Jeffree Star, Many MUA, serta Patrick Starr, untuk menjadi wajah pada produk mereka.

Fenomena laki-laki menyerupai perempuan maupun sebaliknya sebenarnya sudah terjadi bahkan sebelum penulis sendiri lahir. Namun, pada saat itu tidak banyak lakilaki yang dengan lantang (speak up) memperlihatkan jadi diri yang sesungguhnya pada khalayak banyak. Mereka yang berbeda dibandingkan dengan laki-laki lainnya sering mendapatkan gunjingan dari masyarakat sekitar sebagai seorang yang menyimpang dan memiliki title lady boy atau waria (wanita pria).

Bahkan sejak industri pertelevisian menjadi salah satu industri terbesar serta memiliki andil untuk memengaruhi khalayak dalam berbagai bidang kehidupan, telah memiliki banyak laki-laki yang bekerja di industri kreatif seperti menjadi aktor, penyanyi, fashion designer atau penata rias profesional. Makeup juga acapkali digunakan oleh lakilaki yang bekerja sebagai aktor dan penyanyi guna menunjang penampilan mereka di televisi ataupun aktor dalam pagelaran seni dan teater guna menunjang cerita yang dibawakan oleh mereka di atas panggung. Namun, dalam konteks beauty vlogger lakilaki di YouTube, para laki-laki ini mengaplikasikan untuk menunjang penampilan sehari-hari layaknya seorang perempuan yang menggunakan makeup untuk pergi bekerja atau ke mall.

Dengan maraknya internet, serta issue LGBTQ+ telah menyita perhatian banyak orang, dimana beberapa negara di belahan barat sana telah melegalkan pernikahan

sesama jenis serta mereka yang termasuk kelompok minoritas LGBTQ+ menuntut hak dan perlakuan yang sama seperti orang-orang cis-gender dan straight, telah memberikan ruang kepada kelompok minoritas lain untuk speak up tentang siapa dia sebenarnya, termasuk para laki-laki yang memiliki kegemaran menggunakan makeup, dimana sebelumnya makeup diidentikkan sebagai alat yang hanya digunakan oleh perempuan.

YouTube juga telah membesarkan nama-nama Makeup Artist laki-laki di Indonesia yang juga seorang beauty vlogger untuk mengaplikasikan makeup pada wajahnya seperti Endi Feng, Andreas Lukita (Alpha Makeup), serta seorang fashion stylist dan beauty influencer androgini Jovi Adhiguna.

Sama seperti beauty influencer laki-laki yang berbasis di Amerika dan Eropa, mereka juga telah menjadi brand ambassador beberapa produk kosmetik lokal. Nampaknya, kehadiran mereka di kancah YouTube Indonesia telah memberikan peluang besar bagi laki-laki lain di Indonesia yang menganggap makeup sebagai hobi dan passion.

Hal ini pun dapat memberikan kesempatan kepada produsen produk kecantikan lokal untuk menambah peluang bisnis pada produk kecantikan untuk laki-laki, meski belum semarak di negara Barat karena di sini masih berbenturan dengan norma yang berlaku di masyarakat.

Dengan kepercayaan diri yang tinggi dan menyisihkan gunjingan-gunjingan yang mereka dapat dari orang lain, para beauty vlogger laki-laki di Indonesia ini menjadi sebuah gerakan baru untuk membawa perubahan akan definisi kecantikan di Indonesia.

Dalam penelitian ini, penulis memilih dua beauty vlogger dari Indonesia yakni Endi Feng dan Alpha Makeup; fashion stylist androgini dari Indonesia Jovi Adhiguna; dan beauty vlogger Filipina-Amerika bernama Patrick Starr. Keempat pria tersebut meru-

upakan seorang influencer yang bergerak di bidang industri kreatif, khususnya di internet (*celebrity internet*).

Keempatnya acapkali menampilkan tanda-tanda feminin dalam video yang mereka unggah di akun YouTube-nya. Tentu hal itu berlawanan dengan apa yang masyarakat yakini tentang konstruksi gender laki-laki, bahwa pria harus maskulin, memiliki perawakan yang gagah, macho, dan tampan. Mereka dapat menunjukkan pada masyarakat bahwa konstruksi gender yang diyakini masyarakat sebagai sesuatu yang stabil ternyata dapat ditukar dan dipergunakan secara bersamaan.

Hal itu sejalan dengan penelitian mengenai konstruksi identitas gender beauty vlogger laki-laki sebelumnya yang dilakukan oleh Nurul Haryanto. Haryanto (Tanpa Tahun) mengemukakan bahwa,

“Para *beauty vlogger* laki-laki ini (Endi Feng, Jeffree Star, dan Leo J), mengkonstruksi identitas dengan menggunakan tanda dan simbol yang sebelumnya berada pada kategori yang dipercaya stabil, namun kini dapat dipertukarkan dan digunakan secara bersamaan, sehingga menghasilkan keseluruhan konstruksi yang terkesan bertentangan satu sama lain... Penggunaan makeup oleh laki-laki dengan konsep kecantikan yang selama ini erat kaitannya dengan perempuan menunjukkan adanya ketidakwajaran atas identitas gender mereka. Sehingga konsep queer menjadi pilihan karena menawarkan banyak kemungkinan identitas gender serta legitimasi atas fenomena tersebut” (hlm. 4).

Anindya (dalam Funay, Tanpa Tahun, hlm. 4) mengemukakan, identitas gender dibagi atas dua dimensi yaitu, subjective dimension adalah rasa pribadi tentang diri sendiri dan ascribed dimension adalah apa yang dikatakan orang. Sehingga, para beauty vlogger laki-laki ini telah mendemonstrasikan bahwa identitas adalah sesuatu yang dapat

berubah, bahkan pada konstruksi gender yang sampai saat ini oleh beberapa masyarakat masih dianggap sebagai suatu konstruksi sosial yang stabil, tetapi mereka telah mendobrak batas kenormalan dalam masyarakat.

Istilah identitas adalah penggambaran diri menjadi yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan pengakuan sosial nampaknya tidak berlaku bagi mereka yang memantapkan dirinya menjadi seorang beauty vlogger laki-laki dan menjadikan makeup sebagai salah satu alat untuk menampilkan jati diri mereka yang sebenarnya.

Erving Goffman (Nasrullah, 2011, hlm. 222) dalam bukunya *'The Presentation of Self in Everyday Life'*, mengemukakan setiap individu pada kenyataannya melakukan konstruksi atas diri mereka dengan cara menampilkan diri (self performance) dalam konteks ini adalah penampilan dan pakaian apa yang mereka kenakan, nampaknya sangat sesuai dengan para beauty vlogger laki-laki ini.

Dalam video pada akun YouTube beauty vlogger laki-laki, penulis memperhatikan beberapa hal yang terdapat dalam video mereka selain demonstrasi makeup, yakni suara, gestur dan ekspresi, pakaian, aksesoris, serta barang-barang yang terlihat dalam video mereka.

Salah satu ciri khas yang dimiliki oleh pria adalah suara yang berat dan dalam dibandingkan perempuan yang memiliki suara yang lebih halus, dari keempat beauty vlogger yang penulis perhatikan, rata-rata mereka memiliki suara yang sudah halus, tidak begitu berat dibandingkan dengan laki-laki yang lain. Penulis asumsikan mereka sudah berlatih untuk menghaluskan suara mereka agar lebih menyesuaikan dengan penampilan mereka.

Gestur tubuh mereka acapkali memperlihatkan identitas mereka sebagai laki-laki

yang feminin, hal itu dapat terlihat dengan gerakan tangan yang gemulai saat mereka bicara maupun saat mereka memegang kuas makeup untuk mengaplikasikan makeup pada wajah mereka.

Pun demikian dengan gerakan bibir yang mereka lakukan seringkali mereka memperagakan bibir yang sensual, terutama saat mereka sudah selesai membuat tutorial makeup dan mendemonstrasikan hasil makeup mereka di depan kamera. Beberapa kali mereka juga berpose cantik layaknya seorang model perempuan, menggerakkan rambut mereka ke belakang dengan gerakan yang gemulai dan membuka bibir mereka dengan ekspresi yang sensual.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang tingkat kepekaan sosial remaja SMP dan SMA di Kota Bandung, maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

Beberapa beauty vlogger yang terdapat dalam penelitian ini mempresentasikan dirinya secara beragam. Salah satu yang menjadi fokus dalam mengonstruksi identitas gender beauty vlogger laki-laki dalam videonya adalah makeup. Keempat dari beauty vlogger laki-laki yang terdapat dalam penelitian ini memiliki ciri khas makeup yang beragam, namun keduanya menonjolkan kesamaan bahwa keempat dari beauty vlogger laki-laki tersebut memiliki identitas gender yang feminin yang selama ini dipercaya sebagai konstruksi gender untuk perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aningpasca, A. (2015). Self Presentation Model Androgini dalam Lingkungan Pertemanan. *Jurnal E-Komunikasi*, 3, 1–5. doi: <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmukomunikasi/article/view/4936/4542>
- Anshori, D. S. (2016). Konstruksi Identitas Budaya Keindonesiaan dalam Wacana Buku Teks Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 16, 160–178. doi: <https://www.neliti.com/publications/119621/konstruksi-identitasbudaya-keindonesiaan-dalam>
- Arshafillah, Z. (2010). *Metroseksual Korban Kapitalisme Global*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Barker, C. (2008). *Cultural Studies: Theory and Practice*. London: Sage Publication.
- Creswell, J. W. (1994). *Research Design: Qualitative Anquantitive Aproach*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. (Edisi Kelima Belas). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fairyngton, S. (2018). Some L.G.B.T. Parents Reject the Names ‘Mommy’ and ‘Daddy’. [Online]. Diakses dari <https://www.nytimes.com/2018/04/26/well/family/some-lgbt-parentsreject-the-names-mommy-anddaddy.html?action=click&module=RelatedCoverage&pgtype=Article®ion=Footer>
- Farida, H. (2016). Meneropong Gender Melalui Kacamata Genderles: Sebuah Pembacaan Butlerian terhadap Ancillary Justice Karya Ann Leckie. *Jurnal Poetika*, IV, 1– 10. doi: <https://jurnal.ugm.ac.id/poetika/article/download/13314>
- Funay, C. M. (Tanpa Tahun). Representasi Androgini Jovi Adhiguna di Video Blog YouTube. [Online]. Diakses dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksionline/article/view/19769/18699>
- Gold, M. (2018). The ABCs of L.B.G.T.Q.I.A. +. [Online]. Diakses dari <https://www.nytimes.com/2018/06/21/style/lgbtq-gender-language.html>
- Hidayana, I.M. (2018). Keberagaman Gender di Indonesia. [Online]. Diakses dari <https://sains.kompas.com/read/2018/09/15/190900423/keberagamangender-di-indonesia?page=all>.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Marshall, C. (2019). Boys and Beauty: These Male Beauty Influencers Are Killing It!. [Online]. Diakses dari <https://tubularinsights.com/malebeauty-influencers/>
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhidin & Abdurahman. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nasrullah, R. (2011). Konstruksi Identitas Muslim di Media Baru. *Komunika*, 5, 221–234. doi: <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika/article/view/172/143>
- Nasution, S. (1998). *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Transito.
- Puspitawati, H. (2012). *Gender dan Keluarga: Konsep dan Realitas di Indonesia*. Bogor: PT IPB Press.
- Rahmi dkk. (2016). The Influence of Beauty Vlog on Perceived Source Credibility and Purchase Intention. *Makara Hubs-Asia*, 20, 13–23. doi: 10.7454/mssh.v2i1l.3496
- Rini, E. M. & Imran, A. I. (2017). Pengaruh Terhadap Tayangan Traveling Channel di YouTube Terhadap Minat Berwisata Subscriber di Indonesia. *e-Proceeding of Management*, 4,

939–946. doi: <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/managemnet/article/view/4683/4443>

Wharton, A. S. (2012). *The Sociology of Gender: An Introduction to Theory and Research* (Second Edition). Chichester: Wiley-Blackwell.

Yunita, S. R. & Udasmoro, W. (2015). Gender dan Identitas dalam Sastra di Mata Remaja (Gender and Identity of Teenager in the Literature from Teen's Perspective). *Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik*, 28, 94– 105. doi: <https://ejournal.unair.ac.id/MKP/article/download/2477>