

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Makeup yang selama ini secara kultural identik dengan perempuan kini mengalami pergeseran makna yang cukup signifikan. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan makeup oleh laki-laki mulai terlihat semakin terbuka, baik di ruang publik maupun di media sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa makeup tidak lagi dipahami semata sebagai alat estetika, melainkan juga sebagai sarana ekspresi diri dan media untuk membangun identitas personal.

Penelitian ini berangkat dari pengamatan awal peneliti terhadap fenomena penggunaan makeup oleh laki-laki di lingkungan sekitar. Peneliti sering menjumpai laki-laki muda yang menggunakan makeup dalam berbagai aktivitas sehari-hari, seperti saat mengikuti kegiatan Car Free Day (CFD), berkumpul di café, maupun ketika nongkrong bersama teman sebaya di Tulungagung. Fenomena ini menarik perhatian karena menunjukkan adanya perubahan dalam cara laki-laki menampilkan diri di ruang publik, yang sebelumnya cenderung terbatas oleh norma maskulinitas tradisional.

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting: mengapa laki-laki yang secara tradisional tidak diharapkan memakai makeup kini mulai menggunakannya? Apa makna di balik pilihan tersebut? Dan bagaimana mereka

menegosiasikan identitas gender melalui praktik yang masih sering dianggap kontroversial ini?

Pertanyaan-pertanyaan tersebut menunjukkan bahwa makeup bagi laki-laki bukan sekadar tren, tetapi fenomena sosial-budaya yang mencerminkan perubahan cara masyarakat memahami maskulinitas, femininitas, dan ekspresi gender.¹ Makeup menjadi bahasa visual yang kuat alat komunikasi identitas, ekspresi diri, simbol resistensi terhadap norma gender yang kaku, dan cara menegosiasikan ekspektasi social.² Ketika laki-laki memakai makeup, mereka tidak hanya memilih produk kosmetik, tetapi juga menyatakan siapa diri mereka dan bagaimana mereka ingin dilihat di tengah masyarakat yang masih memisahkan peran laki-laki dan perempuan.

Di Indonesia, fenomena ini memiliki dinamika yang lebih kompleks dibandingkan negara Barat. Sebagai masyarakat yang masih memegang nilai-nilai tradisional, penggunaan makeup oleh laki-laki kerap mendapat penolakan.³ Norma maskulinitas yang menekankan ketegasan, kekuatan, dan penampilan “natural” membuat makeup dianggap melanggar standar maskulinitas.⁴ Stigma yang muncul

¹ Joanne Entwistle, “The Fashioned Body: Fashion, Dress & Modern Social Theory,” *Feminism & Psychology* 28, no. 2 (2016), <https://doi.org/10.1177/0959353516682662>.

² S. L. Bartky, *Femininity and Domination: Studies in the Phenomenology of Oppression*, 1st ed. (New York: Routledge, 1990), <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203825259>.

³ Paula Black and Ursula Sharma, “Men Are Real, Women Are ‘Made up’: Beauty Therapy and the Construction of Femininity,” *The Sociological Review* 49, no. 1 (2001): 100–116, <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1467-954X.00246>.

⁴ R. W. Connell, *Masculinities*, 2nd ed. (Berkeley: University of California Press, 2005).

sering dikaitkan dengan anggapan tentang orientasi seksual, feminisasi, atau ancaman terhadap tatanan gender.

Namun demikian, generasi laki-laki muda saat ini mulai menunjukkan perubahan dalam cara mereka mengekspresikan diri. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube turut memberikan ruang yang lebih luas bagi individu untuk menampilkan identitas visual mereka secara bebas.⁵ Kreator konten laki-laki yang membuat tutorial makeup atau membagikan pengalaman pribadi telah menghadirkan gambaran maskulinitas yang lebih inklusif.⁶ Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam membentuk cara pandang baru terhadap maskulinitas dan ekspresi gender.

Fenomena ini menjadi semakin menarik ketika dilihat dalam konteks wilayah semi-urban seperti Tulungagung. Dalam penelitian ini, semi-urban merujuk pada wilayah yang berada di antara karakter pedesaan dan perkotaan, di mana masyarakat masih mempertahankan nilai-nilai tradisional, namun di sisi lain telah terpapar oleh modernitas dan perkembangan teknologi digital. Kondisi ini menciptakan situasi yang unik, di mana laki-laki muda harus menavigasi antara keinginan untuk mengekspresikan diri secara autentik dengan tuntutan norma sosial yang masih cukup kuat.

⁵ Mona Baker, *In Other Words: A Coursebook on Translation (3rd Ed.)*, 3rd ed. (London: Routledge, 2018), <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315619187>.

⁶ Sarah Banet-Weiser, *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny* (Duke University Press, 2018), <https://doi.org/https://doi.org/10.1215/9781478002772>.

Dalam konteks tersebut, penggunaan makeup oleh laki-laki tidak hanya berkaitan dengan aspek estetika, tetapi juga melibatkan proses psikologis dan sosial yang kompleks. Laki-laki pengguna makeup sering kali harus menghadapi penilaian sosial, mengelola kecemasan, serta menyesuaikan diri dengan lingkungan yang belum sepenuhnya menerima keberagaman ekspresi gender.⁷ Pada saat yang sama, makeup juga dapat menjadi sarana untuk membangun kepercayaan diri, mengurangi kecemasan sosial, serta membantu individu dalam proses penerimaan diri. Perubahan ini menandai pergeseran makeup sebagai alat estetis menuju praktik performatif yang ikut membentuk realitas sosial dan pribadi pemakainya.⁸

Riset psikologi menunjukkan bahwa perawatan diri dan penggunaan kosmetik dapat memengaruhi bagaimana seseorang melihat dirinya maupun bagaimana orang lain menilainya. Studi Nash et al. menemukan bahwa individu yang memakai makeup dengan gaya tertentu sering dianggap lebih percaya diri dan kompeten dibandingkan yang tidak memakainya.⁹ Temuan ini menunjukkan bahwa makeup dapat membantu membangun identitas sosial yang diinginkan dan menciptakan kesan tertentu dalam interaksi sehari-hari. Bagi laki-laki muda, hal

⁷ Dirk Smeesters and Naomi Mandel, "Positive and Negative Media Image Effects on the Self," *Journal of Consumer Research* 32, no. 24 (2006): 576–582, <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/500489>.

⁸ Rosalind Gill, "Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility," *European Journal of Cultural Studies* 10, no. 2 (2007): 147–66, <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1367549407075898>.

⁹ P. Nash, R., Fieldman, G., Hussey, T., Lévesque, J. L., & Pineau, "Cosmetics: They Influence More than Caucasian Female Facial Attractiveness," *Journal of Applied Social Psychology* 36, no. 2 (2006): 493–504, <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00016.x>.

ini relevan karena mereka sedang berada dalam fase pencarian dan pembentukan identitas yang sangat dinamis. Dalam hal ini, makeup tidak hanya mengubah tampilan, tetapi juga menjadi cara untuk mengeksplorasi dan menyampaikan aspek identitas yang mungkin sulit mereka ekspresikan melalui cara lain.

Smeesters & Mandel juga menemukan bahwa mengubah tampilan diri dapat menjadi strategi untuk mempertahankan harga diri di lingkungan sosial yang kompetitif. Bagi laki-laki yang memakai makeup, hal ini dapat menjadi bentuk kontrol terhadap representasi diri di tengah tekanan sosial yang sering menentukan bagaimana laki-laki “seharusnya” tampil. Makeup memberi ruang bagi mereka untuk eksplorasi identitas, termasuk bagian-bagian diri yang tidak selalu sesuai dengan standar maskulinitas tradisional.¹⁰

Teori performativitas gender dari Judith Butler membantu menjelaskan peran makeup dalam proses ini. Butler menekankan bahwa gender bukan sifat tetap, melainkan dibentuk melalui tindakan-tindakan yang berulang.¹¹ Gender adalah sesuatu yang kita “lakukan”, bukan sesuatu yang kita “miliki”. Bagi laki-laki muda pengguna makeup, praktik ini menjadi bagian dari tindakan performatif yang membentuk dan menegosiasikan identitas gender mereka. Ketika mereka memakai

¹⁰ Smeesters and Mandel, “Positive and Negative Media Image Effects on the Self.”

¹¹ Judith Butler, *Gender Trouble Feminism and Supervision of Identity*, ed. Linda J. Nicholson, 1st ed. (New York: Routledge, 1990), <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203824979>.

makeup, mereka tidak hanya memperbaiki penampilan, tetapi juga mempraktikkan maskulinitas alternatif melalui tubuh yang dihias.¹²

Konsep ini menantang anggapan bahwa maskulinitas memiliki bentuk yang “alami” atau baku. Butler menunjukkan bahwa maskulinitas adalah konstruksi sosial yang terbentuk melalui pengulangan tindakan yang dianggap maskulin. Karena itu, laki-laki yang memakai makeup sebenarnya sedang melakukan praktik yang mengganggu norma gender tradisional dan membuka ruang bagi bentuk maskulinitas yang lebih beragam.¹³ Mereka memperluas batasan tentang apa yang dapat dilakukan laki-laki dan menawarkan cara baru untuk mengekspresikan identitas diri.

Namun, praktik ini tidak terjadi di ruang kosong. Penggunaan makeup oleh laki-laki selalu dipengaruhi konteks sosial-budaya yang dipenuhi aturan dan ekspektasi gender. Di Indonesia terutama di daerah semi-urban seperti Tulungagung norma gender tradisional masih kuat dan sering diperkuat oleh keluarga, sekolah, komunitas agama, dan media local.¹⁴ Laki-laki pengguna makeup dapat menghadapi berbagai sanksi sosial, seperti tatapan tidak setuju, komentar negatif, hingga penolakan dari lingkungan terdekat.

¹² Judith Butler, *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of Sex*, 1st ed. (London: Routledge, 2011), <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203828274>.

¹³ Judith Butler, *Undoing Gender*, 1st ed. (New York: Routledge, 2004), <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203499627>.

¹⁴ Mike Featherstone, “Body , Image and Affect in Consumer Culture,” *Body & Society* 16, no. 1 (2010): 193–221, <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1357034X09354357>.

Dalam situasi seperti ini, makeup dapat berfungsi sebagai alat untuk menciptakan ruang aman secara psikologis. Banyak laki-laki mungkin memilih memakai makeup hanya di lingkungan yang dianggap aman atau suportif, seperti saat bersama teman dekat, membuat konten media sosial, atau menghadiri acara tertentu. Sebaliknya, mereka mungkin menghindarinya saat berada di lingkungan keluarga besar, acara keagamaan, atau tempat-tempat yang kurang menerima keberagaman ekspresi gender.¹⁵ Strategi selektif ini menunjukkan bahwa penggunaan makeup oleh laki-laki sangat kontekstual dan dipengaruhi pertimbangan tentang keamanan serta penerimaan sosial.

Pengalaman laki-laki yang menggunakan makeup sangat beragam dan dipengaruhi banyak faktor, seperti latar belakang keluarga, pendidikan, paparan media, lingkungan sosial, serta kepribadian. Sebagian laki-laki memakai makeup sebagai bagian dari eksplorasi identitas, bentuk perlawanan terhadap norma gender yang kaku, atau sebagai ekspresi kreativitas dan estetika. Sementara itu, ada juga yang menggunakannya untuk tujuan praktis, misalnya menutupi masalah kulit, meningkatkan rasa percaya diri dalam situasi sosial, atau keperluan profesional seperti menjadi konten kreator atau model.¹⁶

Penting dipahami bahwa penggunaan makeup oleh laki-laki tidak otomatis menunjukkan orientasi seksual tertentu atau keinginan menjadi perempuan.

¹⁵ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, vol. 55 (London: Routledge, 1959).

¹⁶ Mears Ashley, *Pricing Beauty: The Making of a Fashion Model*, 1st ed. (University of California Press., 2011), <http://www.jstor.org/stable/10.1525/j.ctt1pn5v1>.

Stereotip bahwa laki-laki yang memakai makeup pasti gay atau transgender merupakan bentuk heteronormativitas dan cisnormativitas yang menyederhanakan kompleksitas identitas dan ekspresi gender. Banyak laki-laki heteroseksual memakai makeup sebagai bagian dari perawatan diri atau ekspresi estetika, tanpa ada kaitan dengan perubahan identitas gender atau orientasi seksual mereka.¹⁷

Fenomena ini juga perlu dilihat dalam konteks perubahan sosial terkait maskulinitas. Dalam beberapa dekade terakhir, konsep maskulinitas mengalami transformasi besar di berbagai negara, termasuk Indonesia. Istilah "*metrosexual*" di awal 2000-an yang menggambarkan laki-laki yang sangat memperhatikan penampilan telah membuka ruang penerimaan terhadap laki-laki yang peduli pada perawatan diri. Industri kecantikan global pun mulai menargetkan konsumen laki-laki, dengan produk dan kemasan yang dianggap lebih "maskulin".¹⁸

Di era digital, peran media sosial sangat besar dalam membentuk identitas melalui makeup. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube bukan hanya tempat berbagi konten, tetapi juga ruang untuk mengeksplorasi, menampilkan, dan menegosiasikan identitas.¹⁹ Media sosial menyediakan komunitas virtual yang suportif, tempat laki-laki pengguna makeup dapat saling berbagi pengalaman, mendapatkan validasi, dan mempelajari teknik makeup. Mereka juga dapat

¹⁷ Black and Sharma, "Men Are Real, Women Are 'Made up': Beauty Therapy and the Construction of Femininity."

¹⁸ Gill, "Postfeminist Media Culture: Elements of a Sensibility."

¹⁹ Banet-Weiser, *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*.

mengatur sendiri bagaimana ingin dipersepsikan dan membangun identitas visual sesuai versi diri mereka.²⁰

Namun, media sosial juga membawa risiko. Standar kecantikan yang tidak realistis, tekanan untuk mendapat validasi, serta ancaman *cyberbullying* dapat memengaruhi kesehatan mental pengguna, termasuk laki-laki yang memakai makeup. Komentar negatif, body shaming, dan serangan terhadap maskulinitas bisa sangat menyakitkan dan berdampak pada harga diri.²¹

Penelitian tentang penggunaan makeup oleh laki-laki di Indonesia, terutama yang menekankan perspektif fenomenologis mengenai *lived experience* mereka, masih sangat terbatas. Sebagian besar studi berasal dari negara Barat yang memiliki konteks sosial-budaya berbeda. Penelitian di Indonesia lebih banyak membahas makeup pada perempuan, atau jika menyinggung laki-laki, biasanya terkait performer, *drag queen*, atau komunitas LGBTQ+.²² Padahal, semakin banyak laki-laki “biasa” yang menggunakan makeup dalam kehidupan sehari-hari sebagai ekspresi diri, namun belum banyak diteliti.

Di daerah semi-urban seperti Tulungagung, Jawa Timur, fenomena ini semakin menarik karena adanya pertemuan antara nilai-nilai Jawa tradisional dan

²⁰ Julio Pasha Arigi et al., “Analysis of Metrosexual Consumer Lifestyle in Urban Areas: A Phenomenological Study of Male-Targeted Beauty Consumers on Social Media,” *Humanities Arts and Social Sciences Studies* 24, no. 3 (2024): 768–80, <https://doi.org/10.69598/hasss.24.3.264857>.

²¹ M. Tiggemann, M., & Zaccardo, “Exercise to Be Fit, Not Skinny”: The Effect of Fitspiration Imagery on Women’s Body Image,” *Body Image* 15 (2015): 61–67, <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003.m>

²² S. Suharnanik, “Women and Make-Up: The Dilemma of Bourdieu’s Subjectivism-Objectivism on Social Media,” *The Journal of Society and Media* 4, no. 1 (2020): 16–30, <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jsm.v4n1.p16-30>.

pengaruh modernitas. Tulungagung menjadi konteks unik untuk memahami bagaimana laki-laki muda menegosiasikan identitas mereka melalui makeup. Hingga kini belum ada penelitian yang secara khusus mengeksplorasi pengalaman mereka bagaimana mereka memaknai makeup dalam identitas gender, bagaimana mereka menghadapi respons sosial, dan strategi apa yang mereka gunakan untuk menyeimbangkan ekspresi diri yang autentik dengan tuntutan sosial yang masih kuat.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memahami secara lebih mendalam bagaimana laki-laki muda di Tulungagung memaknai penggunaan makeup sebagai bagian dari ekspresi diri dan identitas gender mereka. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini berupaya menggali pengalaman subjektif individu, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai dinamika penggunaan makeup oleh laki-laki dalam konteks sosial dan budaya yang ada.

B. IDENTIFIKASI MASALAH DAN BATASAN PENELITIAN

Fenomena penggunaan makeup oleh laki-laki di Indonesia semakin terlihat, khususnya di kalangan generasi muda. Meski demikian, praktik ini masih kerap dipandang bertentangan dengan norma maskulinitas tradisional, sehingga memunculkan stigma serta penolakan sosial. Di tengah kondisi tersebut, banyak laki-laki tetap menggunakan makeup sebagai bentuk ekspresi diri sekaligus cara membangun dan menegosiasikan identitas personal.

Penelitian ini berfokus pada pengalaman laki-laki muda di Tulungagung dalam memaknai penggunaan makeup dalam kehidupan sehari-hari. Makeup dipahami bukan sekadar alat estetika, melainkan sebagai bagian dari proses konstruksi dan performativitas gender yang kompleks, tanpa dikaitkan dengan orientasi seksual.

Adapun batasan penelitian ini mencakup laki-laki dewasa yang menggunakan makeup untuk ekspresi diri atau kebutuhan sosial tertentu di luar konteks artistik maupun hiburan. Analisis dilakukan dalam konteks masyarakat urban modern dengan paparan media sosial yang tinggi. Penelitian ini juga tidak membahas aspek identitas seksual, melainkan berfokus pada penggunaan makeup sebagai media konstruksi diri dalam ranah gender sosial.

C. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana pengalaman laki-laki muda Tulungagung dalam menggunakan makeup sebagai ekspresi diri?
2. Bagaimana laki-laki muda Tulungagung memaknai penggunaan makeup dalam kaitannya dengan identitas gender mereka?
3. Bagaimana makna penggunaan makeup bagi laki-laki muda Tulungagung dalam menjalani kehidupan sehari-hari?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengeksplorasi pengalaman laki-laki muda Tulungagung dalam menggunakan makeup sebagai bentuk ekspresi diri, termasuk motivasi, proses belajar, dan dinamika emosional yang menyertainya.
2. Untuk menganalisis pemaknaan penggunaan makeup dalam kaitannya dengan identitas gender mereka, khususnya bagaimana mereka menegosiasikan konsep maskulinitas melalui praktik tersebut.
3. Untuk mengetahui makna sosial penggunaan makeup dalam kehidupan sehari-hari, termasuk strategi menghadapi respons sosial, mengelola stigma, serta dampaknya terhadap relasi sosial dan kesejahteraan psikologis.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Secara Teoritis:

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian ilmu sosial, khususnya dalam bidang kajian budaya, psikologi sosial, dan studi gender. Dengan menyoroti makeup sebagai media konstruksi diri dan ekspresi performatif, penelitian ini memperkaya pemahaman teoretis mengenai relasi antara tubuh, identitas, dan norma sosial tanpa mengaitkannya dengan isu orientasi seksual.

2. Secara Praktis:

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi masyarakat umum, temuan dalam penelitian ini dapat membantu

memperluas pemahaman bahwa penggunaan makeup sebagai bentuk ekspresi diri tidak semata-mata berkaitan dengan aspek estetika, melainkan juga merupakan bagian dari dinamika pembentukan identitas individu dalam kehidupan sosial.

Bagi pelaku industri kecantikan, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih inklusif. Pemahaman terhadap keberagaman ekspresi gender diharapkan mendorong hadirnya produk maupun kampanye yang tidak terbatas pada stereotip tertentu, sehingga mampu menjangkau konsumen secara lebih luas.

Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, studi ini dapat berfungsi sebagai landasan awal untuk mengembangkan kajian yang lebih mendalam mengenai praktik-praktik kultural serupa. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi konteks yang lebih beragam, baik dari segi wilayah, latar sosial, maupun perspektif teoretis yang digunakan.

F. RUANG LINGKUP PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada:

- a. Aspek yang diteliti: praktik penggunaan makeup sebagai strategi ekspresi diri dan konstruksi identitas gender, dengan pendekatan fenomenologis-kualitatif. Analisis mencakup makna, narasi, dan pengalaman subjektif dari subjek penelitian.
- b. Aspek yang tidak diteliti: identitas seksual (orientasi seksual), preferensi romantis, atau pembahasan LGBTQ secara eksplisit. Selain itu, penelitian juga

tidak membahas aspek dermatologis, tren kecantikan murni, atau produk kosmetik secara komersial.

Dengan ruang lingkup tersebut, penelitian ini tetap fokus pada praktik makeup sebagai fenomena sosial-budaya yang membentuk wajah-wajah tanpa batas dalam masyarakat kontemporer.