

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Maskulinitas

Terdapat dua cara bagaimana konsep peran dapat diterapkan pada gender, yaitu peran yang dilihat sebagai situasi yang pasti dan peran yang memberlakukan ekspektasi yang berkaitan dengan jenis kelamin, maskulinitas dan feminitas, yang diinterpretasikan sebagai efek dari proses sosialisasi (Connell, 2005). Connell & Messerschmidt (2005: 836-837) juga mengemukakan bahwasannya maskulinitas tidak ditentukan hanya dari fisik maupun kepribadian seseorang, melainkan dikonstruksi dari praktik sosial dan dapat berbeda tergantung dari lingkungan sosial. Definisi dari maskulinitas sendiri tidak tetap; bervariasi berdasarkan masing-masing budaya (Kimmel, 2000: 114). Menurut Rotundi (2020) maskulinitas didefinisikan sebagai konstruksi sosial yang menghindari atribut feminin seperti memperlihatkan emosi serta perawatan mental dan fisik. Hal ini melibatkan jika laki-laki tidak boleh menangis atau menunjukkan sisi rentannya, tidak boleh berbicara atau bergesutur yang lemah lembut. Laki-laki juga tidak boleh menggunakan produk-produk perawatan kulit, rambut, atau kosmetik, tidak pergi ke salon, tidak memasak, membersihkan rumah, bahkan merawat anak karena aktivitas-aktivitas tersebut dianggap aktivitas feminin. Clatterbaugh (1997) membedakan maskulinitas menjadi empat bagian, yaitu:

1. Peran Gender Maskulin

Bagian ini menjelaskan tentang apa itu pria dari segi perilaku, sikap, dan kondisi yang secara umum ada pada kelompok yang dapat diidentifikasi.

Contohnya seperti agresivitas dan mengandalkan kemampuan rasional untuk berdiskusi atau mengerjakan sesuatu. Perbedaan maskulinitas ini merupakan peran sosial yang berada di dalam kelompok pria dengan kondisi etnis, agama, dan sejarah yang spesifik.

2. Stereotip Maskulinitas

Stereotip maskulinitas menjelaskan tentang apa yang orang pikir tentang pria. Peran gender dan stereotip gender merupakan dua hal yang berbeda. Ketika peran gender ada pada kelompok yang dapat diidentifikasi, stereotip gender memerlukan pendapat orang-orang tentang bagaimana mereka menganggap apa itu pria maskulin dan tidak semua stereotip gender pasti akurat.

3. Gender Ideal

Terdapat pertanyaan mengenai bagaimana seharusnya laki-laki berperilaku dan ini dijelaskan pada bagian gender ideal oleh Clatterbaugh. Bagaimana laki-laki seharusnya berperilaku tentu berbeda dari apa itu pria dan pemikiran orang tentang pria. Maskulinitas tertentu berdekatan dengan apa yang dianggap sebagai gender ideal. Perilaku tertentu, sikap tertentu, kondisi tertentu disukai oleh masyarakat dan di luar itu cenderung diabaikan bahkan mendapat sanksi. Maskulinitas yang disukai oleh masyarakat adalah maskulinitas dominan dan hegemonik. Maka dari itu, anak laki-laki diajarkan untuk mengadopsi peran sosial dan ideal ini.

4. Identitas Gender

Identitas gender merupakan bagaimana orang tersebut mendefinisikan dirinya sendiri. Bagian ini bersifat subjektif dan lebih bervariasi daripada peran gender, stereotip, dan gender ideal.

Karakteristik maskulinitas yang bersifat dominan dan hegemonik serta menghindari atribut-atribut yang dianggap feminin merupakan karakteristik maskulinitas tradisional. Maskulinitas seperti inilah yang masih hidup di tengah masyarakat Indonesia. Walaupun memiliki ciri yang mendominasi, kuat, dan berkuasa, maskulinitas tradisional yang seharusnya berpihak pada kenyamanan laki-laki tentu memiliki dampak lainnya. Wandi (2015) mengemukakan bahwa karena tuntutan yang besar, laki-laki seringkali tertekan dan berujung terlibat dalam hal-hal negatif. Merujuk pada ciri maskulinitas tradisional yang menggambarkan laki-laki yang harus kuat termasuk masalah perasaan, laki-laki kerap menolak membicarakan atau menunjukkan perasaannya (terutama perasaan seperti bersedih dan menangis). Karenanya, laki-laki seperti tidak memiliki ruang untuk terbuka dan akan emosi yang dirasakan dan mengekspresikan dirinya. Selain dari aspek emosional, laki-laki juga memiliki keterbatasan untuk merawat diri. Seperti yang dijelaskan oleh Chafetz (1978), salah satu stereotip karakteristik laki-laki maskulin secara fisik adalah terlihat jantan yang berarti fisik laki-laki harus atletis, kuat, bahkan abai terhadap penampilan dan penuaan. Karena memperhatikan penampilan, peduli akan fisik merupakan stereotip

karakteristik feminin. Akan tetapi seiring perkembangan zaman, segala hal tentu mengalami perubahan termasuk maskulinitas.

2.1.1 Maskulinitas Baru

Keberanian, kekuatan fisik, dan kemandirian secara luas masih dipercayai sebagai maskulinitas tradisional yang sebenarnya termasuk bagian positif (Thompson, 2001: 626). Akan tetapi Thompson juga berbicara mengenai bagaimana hal tersebut memiliki dampak pada laki-laki yang menyalahgunakan kualitas maskulinnya untuk mendominasi orang lain. Maka dari itu Thompson menjabarkan hal-hal yang harus diajarkan kepada anak laki-laki untuk menghindari terjadinya kekerasan, yaitu:

1. Laki-laki harus belajar menerima sisi sensitifnya dengan belajar mengekspresikan segala perasaannya dan menerima dukungan dari orang sekitar.
2. Laki-laki harus belajar caranya menjadi lembut, kooperatif, dan komunikatif untuk menghindari kekerasan sebagai cara menyelesaikan masalah.
3. Laki-laki harus belajar menerima serangkaian atribut yang dianggap feminin untuk perkembangan dirinya sebagai manusia.

Ketiga hal tersebut dapat menjadi mula perubahan maskulinitas tradisional; yang merugikan baik pihak laki-laki maupun perempuan mengingat stereotip maskulinitas yang hidup di masyarakat ke maskulinitas baru yang bersifat lebih cair dan inklusif. Pada poin ketiga, atribut yang dianggap feminin sebelumnya,

seperti perawatan diri, sekarang mulai dipromosikan sebagai bagian dari maskulinitas baru. Norma gender kini mulai mengalami pergeseran dibantu dengan industri kecantikan dan budaya yang memengaruhi konsep maskulinitas itu sendiri. Jatisidi et al. (2022: 199) menganalisis adanya representasi maskulinitas baru dalam iklan *Ms Glow for Men* yang memperlihatkan tiga orang pria dengan pakaian rapi serta *voice over* “*real men take care of your skin*”, menunjukkan pria juga dapat memperhatikan penampilan dan kesehatan kulitnya. Iklan ini menjadi salah satu faktor pendorong atas munculnya maskulinitas baru. Meskipun tidak dapat dipungkiri pergeseran konsep maskulinitas ini tidak menghadapi tantangan, terlebih di dalam masyarakat Indonesia yang masih kental dengan sistem patriarkinya. Akan tetapi, dorongan dari industri kecantikan yang turut mempromosikan perawatan diri sebagai bagian dari maskulinitas menjadi awalan untuk pria agar memperhatikan penampilannya serta merawat kulit tanpa kehilangan identitas maskulinnya ataupun menghidupi ekspektasi masyarakat sebagaimana stereotip maskulinitas.

Penelitian Nofriani & Hasmira (2021) juga menunjukkan adanya perubahan makna maskulinitas pada mahasiswa laki-laki Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang yang meliputi bahwa laki-laki tetap harus memperhatikan penampilannya dengan merawat kulit agar bersih, rapi, dan wangi. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa konsep maskulinitas tradisional tidak relevan akibat dari perubahan makna maskulinitas. Merawat kulit dan memperhatikan penampilan terbukti tidak mengurangi sisi maskulinitas dari seorang laki-laki. Lalu pada

penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Fitriyah (2024) dikatakan bahwa budaya K-Pop membawa pengaruh pada perubahan maskulinitas. Hasil penelitiannya membahas laki-laki yang terpapar budaya K-Pop cenderung memiliki persepsi maskulinitas yang lebih inklusif, tidak menganggap jika maskulinitas hanya bisa dinilai dari kekuatan fisik atau ketangguhan tetapi juga termasuk perawatan diri, estetika, dan ekspresi emosional. Penelitian ini juga menemukan bahwa laki-laki yang merasa nyaman dengan maskulinitasnya tidak malu untuk merawat diri dengan menggunakan produk-produk kecantikan. Dengan demikian, konsep maskulinitas tradisional yang telah dianut lama oleh masyarakat dapat mengalami perubahan dari faktor budaya yang masuk ke Indonesia.

Dalam konteks penelitian ini, konsep maskulinitas tradisional menjadi pembatas antara penggunaan *skincare* untuk merawat diri oleh pria. Akan tetapi, berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa konsep maskulinitas mengalami perubahan, peneliti mengaitkan konsep maskulinitas tradisional dengan bagaimana pekerja laki-laki di industri kecantikan menanggapi maskulinitas tradisional sebelum dan sesudah bekerja di industri kecantikan. Dengan bekerja di industri kecantikan, para pekerja ini tentu mendapat paparan tentang produk *skincare* serta penggunaan produk *skincare* dalam lingkungan kerjanya. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplor interaksi dan perilaku pekerja laki-laki di industri kecantikan mengenai penggunaan *skincare* pada pria.

2.3 Industri Kecantikan

Industri kecantikan bermula dari produk-produk pewangi (*fragrance*) yang digunakan oleh laki-laki maupun perempuan dan menggunakan aroma yang sama sebelum laki-laki memilih untuk menggunakan sabun mandi, *cologne*, atau *scented oils* (Jones, 2010: 24). Black (2004: 10) mengemukakan bahwasannya industri kecantikan berkaitan dengan gender, tubuh, seksualitas, kelas, konsumsi, dan lain sebagainya karena industri kecantikan sendiri erat kaitannya dengan perempuan. Industri kecantikan tidak hanya menjual produk-produk seperti kosmetik saja, melainkan meliputi parfum, *skincare*, *bodycare*, *haircare*, serta layanan jasa seperti salon dan klinik kecantikan. Awalnya industri kecantikan memang dibuat untuk segmen perempuan, tetapi perkembangan yang melonjak membuat industri kecantikan juga membuat segmentasi untuk pria (Ferry & Astuti, 2021: 124). Selain daripada perkembangan industri kecantikan, Nizar, Akbar, dan Prasetyo (2024: 5189) menyebut adanya pertimbangan akan penampilan dan reputasi dalam kehidupan sosial yang memberi peluang baru untuk menjual ke konsumen pria. Pembelian produk kecantikan ini juga dipengaruhi oleh pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, atau YouTube serta bagaimana sebuah *brand* membangun *brand image* dan *awareness*.

Pengaruh dari media sosial tidak serta merta hanya mengandalkan strategi pemasaran dari suatu *brand*. Adapun yang disebut dengan *beauty influencer*, seseorang yang menyebarkan informasi mengenai produk kecantikan maupun pengetahuan dan meyakinkan pengikutnya untuk menggunakan produk yang dipromosikan (Basuki & Prabandari, 2020). Pakan dan Purwanto (2022: 771) dalam penelitiannya menunjukkan

bahwa keputusan konsumen dalam membeli suatu produk kecantikan dipengaruhi oleh *review* dari *beauty influencer*. Dengan begitu, peran seorang *beauty influencer* dalam industri kecantikan terbilang cukup signifikan. Meskipun perempuan lebih mendominasi target pasar *beauty influencer*, tetapi tidak menutup kemungkinan konten-konten mereka mengenai produk kecantikan juga sampai ke konsumen pria. Bahkan adapun *content creator* laki-laki yang membuat konten-konten kecantikan untuk pria dilansir dari laman Business of Fashion² (2024). Pernyataan ini juga didukung oleh Zakiyah & Sukmono (2024: 685) yang menemukan *beauty influencer* laki-laki menggunakan platform digital untuk mencapai target pasar yang lebih luas mengenai pengetahuan terkait kecantikan. Adanya perubahan ini menangkal stereotip tentang kecantikan yang hanya berfokus pada perempuan.

Perluasan target pasar dari industri kecantikan tidak hanya melibatkan strategi suatu *brand* mengenalkan produknya, tetapi juga mulai terbukanya ruang bagi pria untuk merawat diri akibat dari iklan produk kecantikan yang menyoroti aspek maskulinitas. Lestari et al. (2022: 31-32) menerangkan adanya representasi pria pada iklan produk kecantikan yang menggambarkan pria merawat diri dengan mengambil realitas sosial dan membuat perawatan diri sebagai hal yang universal dan inklusif. Ketika stereotip maskulinitas masih mengakar di masyarakat Indonesia, produk-produk dari industri kecantikan memiliki peran signifikan atas perubahan konsep maskulinitas tradisional. Dalam konteks penelitian ini, pekerja pria di industri

² <https://www.businessoffashion.com/articles/beauty/the-hetero-tiktok-it-boy-whos-getting-men-to-wear-makeup/>. Diakses pada tanggal 26 Januari 2025 pukul 14.34

kecantikan pasti mendapat paparan mengenai pengetahuan tentang merawat diri melalui interaksi langsung di lingkungan kerja. Maka dari itu, sangat memungkinkan adanya adopsi konsep maskulinitas yang lebih inklusif.

2.4 Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan teori performativitas gender milik Judith Butler. Dalam bukunya yang berjudul *Gender Trouble*, Butler (2002: 43) menyatakan bahwa gender bukanlah sesuatu yang ditetapkan dari jenis kelamin saat seseorang lahir, melainkan hasil dari rangkaian perbuatan yang berulang-ulang mulai dari cara berpakaian, gaya rambut, gerak tubuh, cara bicara, hingga ekspresi wajah agar sesuai dengan harapan yang terkait dengan gender tertentu. Kategori gender yang dikenal luas, maskulin dan feminin, menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Mandal (2012: 7) bahkan mengemukakan jika gender tidak hanya diperuntukkan untuk manusia, tetapi juga benda-benda seperti makanan manis yang dianggap feminin atau senjata api yang dianggap maskulin dengan menggunakan *pseudogender*. Hal ini juga diterapkan untuk kegiatan-kegiatan yang diasosiasikan dengan gender tertentu. Contohnya sifat lemah lembut, tidak berbicara kasar, dan emosional kerap dikaitkan dengan atribut feminin. Sedangkan stereotip maskulin berputar pada kekuasaan, kekuatan, dan kemandirian.

Teori performativitas gender membahas bagaimana jenis kelamin tidak sama dengan gender. Sebagaimana Kimmel (2000: 3) menyatakan apa yang dimiliki secara biologis, yaitu jenis kelamin (laki-laki dan perempuan), belum tentu mencerminkan arti dari menjadi pria dan wanita. Jenis kelamin diakui sebagai bagian dari manusia. Akan tetapi gender, yang diciptakan melalui tindakan yang berulang, adalah konstruksi

sosial. Gender tidak akan terbentuk tanpa tindakan-tindakan tersebut. Connell (2005) beranggapan bahwa mendefinisikan maskulinitas sebagaimana laki-laki dianggap secara empiris telah menciptakan batas pada konsep maskulinitas. Connell (2005: 69) menyangkal karakteristik seperti penolakan emosional atau sifat yang gagah dan jantan diberi label “maskulin” terlepas dari siapa yang menampilkannya. Gagasan tersebut bertolak belakang dengan konsep maskulinitas tradisional, yang menurut Connell merupakan konstruksi sosial dan simbolis. Pada teori ini, Butler (2002: xv) menjelaskan:

“Performativity is not a singular act, but a repetition and a ritual, which achieves its effects through its naturalization in the context of a body, understood, in part, as a culturally sustained temporal duration.”

Pendapatnya ini menunjukkan bahwa Butler menekankan performativitas sebagai landasan dari terbentuknya gender.

Performativitas bukanlah perilaku tunggal atau hanya dilakukan sekali. Cara orang menampilkan identitas gendernya diperkuat melalui kegiatan yang diulang terus menerus dalam konteks budaya juga sosial. Gender bukan berarti apa itu “seseorang”, melainkan apa yang orang tersebut lakukan. Pandangan Butler memberi tantangan pada konsep maskulinitas tradisional. Performativitas gender dianggap sebagai tindakan subversi dari maskulinitas tradisional yang menghalau stereotip gender. Tidak dapat dipungkiri jika sistem patriarki, yang melahirkan maskulinitas tradisional, masih dianut secara masif. Sebagaimana dikatakan sebelumnya bahwa maskulinitas tradisional menciptakan stereotip pada laki-laki, stereotip ini justru menghambat laki-laki untuk melakukan suatu kegiatan yang diasosiasikan dengan atribut feminin. Salah satunya,

dinormalisasikannya laki-laki yang tidak merawat diri karena kegiatan perawatan ini sudah menempel sebagai kegiatan perempuan.

Pada saat ini, penampilan menjadi hal yang penting untuk memberi kesan bagus kepada orang lain baik itu karena tuntutan pekerjaan maupun membangun *image*. Selain itu, perawatan diri merupakan kegiatan yang tidak seharusnya dikategorikan sebagai gender tertentu. Kita sudah seharusnya merawat diri sebagai bentuk sayang kepada diri sendiri di luar dari kebutuhan sosial yang dipenuhi. Perubahan konsep maskulinitas mulai dipromosikan melalui representasi pada media populer, termasuk dari industri kecantikan yang berkecimpung langsung dalam konteks perawatan diri. Industri kecantikan turut mempromosikan perawatan diri sebagai bagian dari maskulinitas kepada konsumen pria, menjadikan industri kecantikan bagian penting dari perubahan konsep maskulinitas untuk mendorong perawatan diri pada pria, termasuk pekerja laki-laki di industri kecantikan itu sendiri.

Teori performativitas gender sendiri memiliki tiga konsep utama untuk kemudian diterapkan pada konteks penelitian ini, yaitu:

1. Heteronormatif

Butler (2002: xx) berbicara mengenai ‘normatif’ yang dapat diartikan sebagai dua hal: ekspektasi norma sosial yang mengkonstruksi konsep maskulinitas dan femininitas serta berkaitan dengan bagaimana norma ditetapkan, ditegakkan, dan apa konsekuensinya. Gender dapat ditampilkan dalam berbagai bentuk, tetapi selalu ada penghakiman dari norma dominan tentang bagaimana seseorang menampilkan gendernya (Butler, 2002: xxi).

Dalam konteks ini, Butler mempertimbangkan dua perbedaan mengenai penjelasan deskriptif gender yang mencakup apa yang membuat gender komprehensif dan penjelasan normatif tentang ekspresi gender yang dapat diterima dan tidak. Heteronormatif, atau norma yang dianggap Butler sebagai norma yang dominan, menciptakan batasan gender yang kaku sebagaimana konsep maskulin dan feminin dikaitkan erat dengan jenis kelamin. Dengan adanya batasan yang kaku ini menjadi aturan sosial untuk bagaimana seseorang harus berperilaku sesuai dengan jenis kelamin mereka. Ekspektasi-ekspektasi seperti laki-laki yang harus mendominasi, kuat, dan logis juga sebaliknya, perempuan yang harus lemah lembut, submisif, dan emosional sering dilihat sebagaimana laki-laki dan perempuan harus berperilaku secara natural. Hal ini menimbulkan stigma jika seseorang berperilaku berbeda dari norma gender tersebut. Kemudian dapat dikatakan cara seseorang berperilaku juga dipengaruhi oleh norma yang diterapkan di dalam masyarakat.

Heteronormatif yang menjadi norma dominan dalam masyarakat menjadi penghambat seseorang untuk melakukan sesuatu tanpa kekhawatiran mengenai stigma yang didapat. Penelitian ini mengangkat bagaimana laki-laki yang merawat dirinya, terlebih menggunakan produk kecantikan seperti *skincare*, masih mendapat stigma negatif. Dianggapnya perawatan diri eksklusif untuk perempuan membuat laki-laki yang ingin merawat diri, terlepas dari apa alasannya, khawatir hal tersebut akan mengurangi sisi maskulinnya. Akan tetapi, Butler juga menyatakan bahwa ambiguitas gender tidak selalu

bertentangan dengan heteronormativitas. Gender yang lebih cair dan inklusif dapat diterapkan tanpa menjadi gangguan dari ekspektasi masyarakat yang dominan. Ini tercermin pada industri kecantikan yang mempromosikan perawatan diri sebagai kegiatan universal, menormalisasi penggunaan produk kecantikan pada pria, dan menganggap perawatan diri juga bagian dari maskulinitas. Dalam konteks penelitian ini, konsep heteronormatif menjabarkan norma-norma yang dianut pada suatu kelompok. Norma ini memengaruhi bagaimana seseorang berperilaku, termasuk di dalam lingkungan kerja. Tidak menutup kemungkinan adanya perbedaan norma yang diterapkan oleh masing-masing individu di dalam lingkungan kerja industri kecantikan. Akan tetapi, dengan terpaparnya pekerja laki-laki di industri kecantikan mengenai topik serupa, setidaknya akan memengaruhi cara pandang terhadap konsep maskulinitas itu sendiri.

2. *Repeated performative acts*

Tindakan performatif menjadi salah satu konsep utama dalam teori Butler. Berbicara mengenai bagaimana esensi gender itu sendiri muncul dari tindakan-tindakan yang dilakukan seseorang, mencakup gestur, interaksi, dan lain-lain. Kemudian tindakan tersebut bukanlah suatu hal yang natural, tidak muncul sebagaimana seseorang terlahir sebagai laki-laki atau perempuan, melainkan dibangun melalui kondisi sosial dan budaya. Selain daripada tindakan verbal dan gestural, Butler (2002: xv) mengungkapkan cara seseorang mempresentasikan tubuhnya juga turut menjadi kontribusi pada konstruksi

gender. Butler menyebut ini sebagai “*gendered stylization of the body*” yang juga meliputi gaya berpakaian dan perawatan diri. Namun, tindakan-tindakan tersebut bukan tindakan yang hanya sekali dilakukan. Perlu adanya pengulangan sehingga terjadinya internalisasi pada seseorang terkait identitas gender mereka. Dalam penelitian ini, konsep *repeated performative acts* dilihat dari eksposur yang didapat terus menerus oleh pekerja laki-laki di industri kecantikan. Ketika para pekerja laki-laki mendapat eksposur mengenai perawatan diri secara berulang, maka hal ini lama-kelamaan akan dinormalisasi sebagai bagian dari kehidupan sehari-harinya. Paparan ini dapat diperoleh melalui interaksi di dalam lingkungan kerja, seperti diskusi mengenai produk atau praktik perawatan diri, mengamati kolega lain yang terlibat dalam penggunaan produk perawatan, dan pada akhirnya turut serta melakukan perawatan diri. Penelitian menerapkan konsep *performative acts* Butler untuk melihat bagaimana pekerja laki-laki di industri kecantikan mempresentasikan tubuhnya (*gendered stylization*) dan bagaimana mereka menginternalisasi identitas gender mereka.

3. Subversi

Batasan-batasan kaku yang dibangun oleh norma gender tidak menutup potensi adanya perubahan, yaitu kemungkinan bahwa gender lebih dari biner, memerlukan tindakan berulang yang menandakan subversi identitas dapat terjadi (Butler, 2002: 185). Tindakan performatif yang berulang ini bisa menjadi media subversi norma gender. Contohnya bagaimana laki-laki

mengadopsi praktik perawatan diri dan melihat perawatan diri bukan hanya sebagai atribut feminin. Konsep Butler pada konteks ini menekankan adanya peluang untuk subversi dan perubahan di dalam norma gender. Konsep ini diterapkan bagaimana pengulangan praktik dan paparan perawatan diri terhadap pekerja laki-laki di industri kecantikan seiring berjalannya waktu dapat menciptakan pandangan gender yang lebih inklusif.

Posisi laki-laki yang bekerja di industri kecantikan membuat mereka lebih sering terekspos praktik perawatan diri baik sebagai promotor dan partisipan. Eksposur yang berasal dari lingkungan kerjanya tentu berdampak kepada para pekerja. Dengan ini dapat dikatakan bahwa setidaknya pekerja laki-laki di industri kecantikan sadar akan keberadaan produk-produk kecantikan, seperti *skincare*, yang dapat menunjang penampilannya. Teori performativitas gender menopang eksplorasi paparan praktik perawatan diri terhadap pekerja laki-laki. Contohnya, pekerja laki-laki yang menyaksikan secara langsung penggunaan produk kecantikan secara berulang perlahan akan membentuk pandangan yang berbeda terhadap hal tersebut. Sementara itu, proses ini belum tentu terjadi pada semua pekerja. Budaya, norma sosial, serta pandangan individu memengaruhi pilihan pekerja laki-laki untuk mengadopsi atau menolak praktik penggunaan produk kecantikan untuk merawat diri. Penelitian ini menerapkan teori performativitas Judith Butler untuk menganalisis bagaimana lingkungan kerja di industri kecantikan, khususnya *beauty influencer*, memengaruhi perilaku, cara pandang, dan sikap pekerja laki-laki terhadap penggunaan *skincare* sebagai bentuk dari perawatan diri. Penelitian ini melibatkan wawancara serta pengamatan langsung pada

pekerja laki-laki di industri kecantikan guna memahami norma sosial, budaya, dan paparan berulang terkait perawatan diri di dalam lingkungan kerja mereka.

2.5 Kerangka Pemikiran

Cakupan perawatan diri, termasuk *skincare*, meluas sebagai praktik yang bersifat universal dan tidak terbatas gender. Saat ini perawatan diri tidak lagi dipandang untuk perempuan tetapi sebagai kebutuhan universal dan bentuk menghargai diri sendiri. Representasi-representasi pada industri kecantikan, seperti iklan produk tertentu, menunjukkan jika laki-laki juga bisa menggunakan *skincare* tanpa mengurangi maskulinitasnya. Karenanya, industri kecantikan banyak yang mulai menarik pasar pria untuk produknya. Tak hanya representasi dari iklan, pengetahuan dan praktik penggunaan *skincare* juga didapat dari *beauty influencer*. Termasuk orang-orang yang bekerja di belakang layar bersama *beauty influencer* yang otomatis mendapat paparan lebih mengenai perawatan diri di lingkungan kerjanya. Dengan menggunakan teori performativitas gender Judith Butler, keterlibatan mereka dalam dunia perawatan diri menjadi tindakan performatif yang berulang serta menjadi tantangan terhadap norma gender tradisional yang menganggap perawatan diri terasosiasi dengan atribut feminin. Melalui tindakan performatif yang berulang, menormalisasi praktik perawatan diri pada pria, menciptakan maskulinitas baru yang lebih inklusif dan universal.

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran

