

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa waktu terakhir ini, industri yang bergerak di bidang kecantikan berkembang atau dengan kata lain sedang tren di seluruh dunia. Industri ini pun memiliki pertumbuhan yang cenderung stabil dan dapat bertahan dalam beberapa kali masa krisis ekonomi. Hal ini dapat dilihat antara lain dari data McKinsey yang menunjukkan bahwa penjualan produk kecantikan setiap tahunnya meningkat dan dapat menghasilkan US \$500 miliar per tahunnya (Hana, 13 Mei 2020).

Peningkatan dan pertumbuhan konsumsi maupun pembelian produk kecantikan ini pun masuk ke Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari masyarakat Indonesia, baik kaum perempuan maupun laki-laki yang semakin sadar akan penampilan mereka, mulai dari riasan wajah (*make up*), hingga perawatan diri yang telah menjadi gaya hidup (Sandi, 03 Agustus 2020).

Tren penggunaan kosmetik yang meningkat dalam beberapa waktu terakhir ini mampu membuat Indonesia diproyeksikan sebagai pasar kosmetik terbesar kelima di dunia. Jumlah populasi perempuan di Indonesia lebih dari 150 juta jiwa, sehingga di masa mendatang Indonesia akan sangat mudah untuk bertransformasi sebagai pasar yang potensial untuk produk kecantikan dan akan menjadi sasaran industri global. Oleh sebab itu, pemerintah Indonesia pun akan mendukung sektor industri kosmetik pada tahun 2022 mendatang dengan berupa program substitusi impor sebesar 35% (Sofia, 03 Juni 2021).

Perkembangan industri kecantikan, khususnya *make up*, yang cukup pesat di Indonesia ini berbanding lurus dan sejalan dengan peningkatan masyarakat yang berminat untuk menjadi seorang penata rias. Di masa ini, penata rias dianggap sebagai sebuah profesi yang menarik, bergengsi, dan sangat menjanjikan. Hal ini dikarenakan bayaran yang didapatkan tergolong cukup besar, sehingga tak sedikit lulusan akademis memilih untuk menjadi seorang penata rias sebagai karier mereka (Dinisari, 28 November 2019).

Seiring berkembangnya zaman, ruang lingkup penata rias pun semakin beragam, mulai dari acara resmi seperti acara penghargaan, pernikahan, kelulusan (*graduation*), arisan, hingga kebutuhan untuk industri hiburan atau *entertainment* seperti kebutuhan *shooting* atau pengambilan film, model, selebgram, vlogger, dan youtuber (Sanusi, 12 Juni 2019).

Dikutip dari Tribunnews.com (12 Juni 2019), Kim selaku Head Teacher and Program Director Sekolah Tata Rias Manekin.id, menyatakan bahwa memakai rias wajah atau *make up* telah menjadi sebuah kebutuhan mutlak di masa digital yang terus berkembang ini, sehingga membuat pangsa pasar bagi jasa penata rias yang semakin meningkat.

Peningkatan para penata rias ini juga dapat dikarenakan maraknya media sosial. Pada awalnya, media sosial tersebut melahirkan para *beauty influencer* dan *youtuber* dan akhirnya membuat banyak peminat untuk menjadi seorang penata rias (Fikri, 28 November 2019).

Media sosial yang sering digunakan oleh penata rias adalah Instagram, di mana sebagian besar penata rias akan memasukkan konten karyanya ke dalam Instagram sebagai bentuk promosi. Hal ini dapat dilihat dari survey dari Hello Beauty dalam Safira, Nur dkk (2021), di mana setidaknya terdapat 6.000 penata rias yang menyediakan jasa *makeup* di Instagram. Hal ini pun dapat dilihat dari banyaknya konten di Instagram dengan *hashtags* terkait *makeup artist*, seperti #makeupartist (116 juta konten), #makeupartistindonesia (1 juta konten), #makeupartistjakarta (2,9 juta konten), #makeupartistsurabaya (945 ribu konten), #makeupartisttangerang (327 ribu konten), #makeupartistbandung (665 ribu konten), dan masih banyak lainnya.

Banyaknya peminat untuk menjadi penata rias juga dapat dilihat dari banyaknya lomba dan *challenge make up*, baik hanya sekedar untuk konten media sosial dan bersenang-senang hingga lomba yang cukup bergengsi yang diadakan oleh beberapa perusahaan ternama, seperti Mustika Ratu dengan tagline #CantikGayaKamu (serbakuis.com, 09 September 2020), Transmart bersama dengan Wardah dan Make Over (Lie, 23 November 2018), dan lainnya.

Walaupun, sebagian besar dari penata rias ini adalah kaum perempuan, di mana identik dengan pekerjaan feminin (Kinnati, N. A., dkk, 2021). Namun tak jarang, penata rias profesional pun datang dari kaum laki-laki, seperti Maulana Yusuf Al Muzaki. Ia adalah seorang penata rias asal Jombang, Jawa Timur. Pada awal karirnya, Maulana memulai sebagai seorang penata rias keliling. Ia merasa tidak percaya diri, sering dirundung, dan mendapatkan respon negatif, baik dari keluarga, teman, maupun lingkungan sekitarnya. Hal ini dikarenakan pekerjaan penata rias yang dilakukan oleh laki-laki itu masih dipandang sebelah mata khususnya dalam lingkungan di sekitarnya dan sering dikaitkan dengan waria. Walaupun demikian, Maulana tetap melanjutkan karirnya dengan terus berpikir positif dan membuang hal-hal atau respon negatif yang dianggap dapat menghambat karirnya sebagai seorang penata rias. Pengalaman atau kasus yang dialami oleh Maulana ini pun sempat viral di sebuah media sosial. Ketika masyarakat internet melihat kasus yang dialami oleh Maulana, banyak dari mereka yang memberikan tanggapan positif terkait hasil riasannya dan mendukung Maulana secara mental (Febriani, G. Arela, 28 Desember 2021).

Respon atau tanggapan negatif tidak membuat peminat penata rias laki-laki laki menurun, justru meningkat. Hal ini dapat dilihat dari hasil observasi Silvani Wulandari (2016), penata rias laki-laki di Kota Pekanbaru meningkat sebesar 25% setiap tahunnya. Hal ini dilihat berdasarkan banyaknya *make up studio* yang mulai bermunculan, banyaknya *beauty workshop*, dan banyaknya konten di media sosial Instagram dari penata rias laki-laki.

Berdasarkan penjabaran di atas, penelitian ini memiliki ketertarikan terhadap pekerjaan feminin seperti penata rias yang dilakukan oleh laki-laki. Penelitian ini tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai proses pemaknaan diri penata rias laki-laki, serta untuk melihat apakah bidang pekerjaannya sebagai penata rias memiliki hubungan dengan orientasi seksualnya. Hal ini berhubungan dengan masyarakat Indonesia yang beranggapan bahwa laki-laki harus memiliki karakteristik maskulin dan perempuan harus memiliki karakteristik feminin.

1.2 Rumusan Masalah

Profesi penata rias sebagian besar digeluti oleh kaum perempuan yang identik dengan feminin (Kinnati, N. A., dkk, 2021). Namun, tak jarang profesi ini pun diminati oleh kaum laki-laki yang identik dengan maskulin. Dalam masyarakat sendiri, terdapat pengelompokan terkait pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan. Pengelompokan pekerjaan yang cukup sering diberikan oleh masyarakat berdasarkan *gender*, yaitu maskulin (laki-laki) dan feminin (perempuan).

Pengelompokan pekerjaan ini timbul karena kualitas atau kepribadian yang dianggap diperlukan untuk melakukan pekerjaan tersebut dan banyaknya jumlah laki-laki dan perempuan yang melakukan pekerjaan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian Cejka dan Eagly (1999) yang menyatakan bahwa seseorang harus memiliki sifat atau kualitas maskulin atau feminin dalam dirinya agar pekerjaan yang dilakukannya dapat berhasil. Menurut Eagly dan Karau (2002), kualitas maskulin berkaitan dengan karakteristik *agentic*. Karakteristik *agentic* ini memiliki beberapa komponen, seperti kepercayaan diri, tegas, kontrol, independen, ambisius, dominan, dan kompetitif. Sedangkan, kualitas feminin berkaitan dengan karakteristik *communal*. Karakteristik ini memiliki komponen, seperti peduli, tidak egois, memberikan afeksi, ramah, mengasuh, dan ekspresif.

Menurut penelitian Bridges dan Pascoe (2014), konsep maskulinitas terus berubah-ubah mengikuti perubahan zaman yang ada (Fauzi, 2021). Berdasarkan penelitian dari Sari (2013), saat ini maskulinitas justru melemahkan sifat laki-laki yang identik dengan kuat, keras, dan kasar. Sifat laki-laki tersebut telah mulai beralih dan memunculkan sisi lemah lembut dan emosi. Pergeseran maskulinitas ini dipandang menerobos sifat yang melekat pada perempuan feminin.

Namun, sebagian masyarakat belum dapat sepenuhnya menerima pergeseran konsep maskulinitas tersebut. Hal ini dapat dilihat dari penelitian Arum dan Nur (2014) yang menyatakan bahwa maskulinitas lebih sering digambarkan dengan bentuk fisik laki-laki (berotot, tinggi, besar) dan aktivitas atau kegiatan yang sering dianggap *macho*. Terdapat juga penelitian dari Vina dan Navi (2020) yang menyatakan bahwa sebagian besar informannya menerima adanya pergeseran

konsep maskulinitas yang terdapat pada idola mereka, namun mereka tidak ingin menerapkan pergeseran konsep tersebut dalam kehidupan mereka.

Masyarakat yang belum menerima pergeseran konsep maskulinitas dapat membuat laki-laki menjadi “*toxic masculinity*”. *Toxic masculinity* adalah sebuah sifat dalam sosial yang mendorong sifat maskulin yang dominan, seperti sifat merendahkan, homofobia, dan tindak kekerasan. Dengan kata lain, *toxic masculinity* adalah melebihkan standarisasi maskulin yang ada pada diri laki-laki (Praba, 2022).

Penata rias laki-laki sering dihubungkan dengan sifat feminim, kemayu, dan orientasi seksualnya. Hubungan penata rias laki-laki dengan orientasi seksualnya dapat dilihat dari penelitian Dewintasari (2018) dan Krisna (2020) yang menyatakan bahwa seorang laki-laki yang bekerja di ranah profesi perempuan dapat menjadi lebih feminin dan mempengaruhi orientasi seksualnya yang menjadi tidak lurus atau “belok”. Sedangkan, dalam penelitian Dadun dan Zola (2015), profesi penata rias ini sering dihubungkan dengan orientasi seksual yang tidak lurus (LGBT), namun bukan berarti semua yang bekerja dalam profesi tersebut termasuk dalam orientasi seksual tersebut.

Pemaknaan mengenai profesi sebagai penata rias yang dilakukan oleh laki-laki terkait dengan nilai-nilai maskulinitas tentunya tidak terlepas dari adanya interaksi simbolik dari seseorang. *Symbolic Interaction* adalah penggunaan bahasa dan gerak tubuh yang berkelanjutan untuk mengantisipasi bagaimana orang lain akan merespon. Respon verbal maupun nonverbal yang diberikan oleh pendengar akan dibuat sesuai dengan harapan bagaimana pembicara bereaksi (Griffin, et. al, 2019, p. 53).

Konsep ini sesuai khususnya pada bagian aplikasi konsep menciptakan realitas dan *generalized other* (Griffin, et. al, 2019, p. 60-61). Aplikasi konsep menciptakan realitas melihat bahwa manusia terlibat dalam negosiasi yang konstan dengan orang lain untuk secara terbuka mendefinisikan identitas diri sendiri dan sifat alami dari situasi yang ada. Seseorang atau audiens dapat yakin pada orang lain melalui perfoma yang dilakukan secara konsisten. Aplikasi ini sesuai, di mana seorang penata rias baik perempuan maupun laki-laki akan tetap membahas dan

berada dalam lingkup seputar kecantikan dan hal-hal yang cenderung feminin. Namun khususnya bagi penata rias laki-laki, jika ia secara konsisten menunjukkan sisi maskulinitasnya, maka orang lain akan menganggap ia memiliki orientasi seksual yang lurus. Sedangkan, aplikasi konsep *generalized other* menunjukkan bahwa respon dari orang lain secara bertahap dapat membuat diri sendiri menjadi seperti apa yang orang lain pikirkan tentang dia. Aplikasi ini dapat terjadi pada penata rias laki-laki, di mana mereka dianggap feminin dan seiring berjalannya waktu mereka dapat menjadi lebih feminin. Begitu pula dalam hal orientasi seksual mereka, jika mereka terus mendapatkan respon yang menyatakan bahwa penata rias laki-laki memiliki orientasi seksual yang “belok”, maka mereka dapat memiliki orientasi seksual seperti itu dan beranggapan bahwa hal tersebut adalah hal yang wajar.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apa makna pekerjaan penata rias bagi pelaku penata rias laki-laki?
2. Apakah bidang pekerjaannya sebagai penata rias memiliki keterkaitan dengan orientasi seksualnya?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memahami makna pekerjaan penata rias bagi pelaku penata rias laki-laki.
2. Untuk mengetahui dan memahami apakah bidang pekerjaannya sebagai penata rias memiliki keterkaitan dengan orientasi seksualnya.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian mengenai pemaknaan diri yang telah didapatkan peneliti dari lapangan. Selain itu, penelitian ini pun diharapkan mampu menambah informasi dan wawasan dalam bidang akademi, khususnya mengenai pemaknaan diri.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan terkait konsep pemaknaan diri penata rias laki-laki dan apakah bidang pekerjaan penata rias laki-laki memiliki hubungan dengan orientasi seksualnya. Selain itu, penelitian ini pun diharapkan mampu memberikan manfaat bagi penata rias laki-laki agar dapat membuat pemaknaan diri yang positif dan tetap percaya diri dengan kemampuannya. Selain itu, para pembaca diharapkan dapat lebih mengerti dan memahami studi mengenai pemaknaan diri.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi orang-orang yang ingin bekerja dalam bidang yang mayoritas pekerjaannya berlawanan *gender* dengannya. Sehingga, mereka dapat lebih percaya diri dalam menunjukkan diri dan dapat mendalami bakat yang ada dalam diri mereka.

1.5.4. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dari segi jumlah informan yang diwawancarai. Sehingga, dalam penelitian ini tidak diketahui lebih banyak lagi terkait bagaimana penata rias laki-laki lainnya dalam hal pemaknaan diri, dan bagaimana orientasi seksual mereka.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A