

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Avan, seorang *influencer* di Instagram (@avanputravan24) dan Tiktok (@avanthelove) mengungkapkan bahwa ia mendapatkan cibiran menggunakan *skincare*. Hal tersebut membuat Avan marah, sehingga ia mulai menyuarakan bahwa laki-laki juga berhak menggunakan *skincare* untuk merawat diri. Pada video tersebut, Avan sempat menyatakan bahwa ia lelah dengan *toxic masculinity* yang selalu ia alami.

“Saya cuman mau berbagi informasi aja tante, kalau zaman sekarang beda sama zaman tante dulu, sekarang cowo juga pake skincare tante.....jadi tolong banget emansipasi prianya boleh gak?gausah toxic masculinity tante”

Setelah mengungkapkan amarahnya, Avan membuat video baru yang menunjukkan rutinitas *skincare* yang digunakannya. Namun, pada video tersebut Avan menambahkan komedi satir, yaitu menunjukkan bagaimana cara menggunakan *skincare* ala laki-laki dengan cara mengaplikasikan *skincare* secara asal tidak seperti biasanya dengan menggunakan kapas dan memijat wajah.

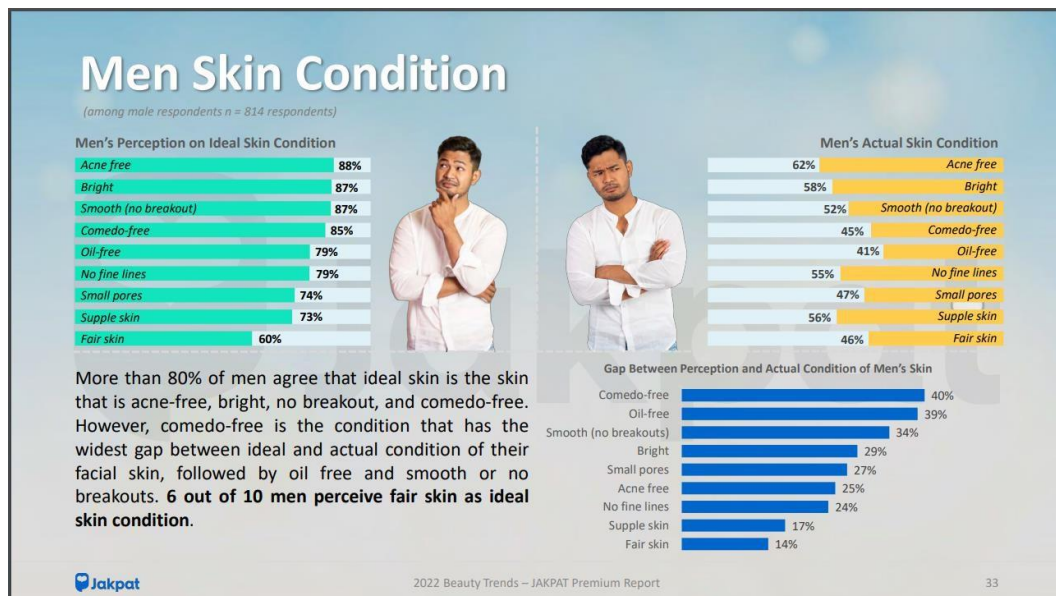
Selain Avan, banyak laki-laki menghadapi cibiran serupa, sehingga membuat mereka enggan membahas *skincare* dengan orang lain. Berdasarkan jurnal penelitian yang sudah ada, beberapa laki-laki mengatakan bahwa *skincare* merupakan produk yang berkaitan dengan feminin dan tidak maskulin.

“Menurut saya, membicarakan perawatan kulit, pelembab, dan sebagainya bukanlah hal yang sangat maskulin, karena ada stigma yang melekat pada hal tersebut. Hal tersebut adalah topik yang cukup feminin, hal itu bukanlah sesuatu yang dibicarakan oleh para pria.” (Byrne & Milestone, 2023)

“Kami tidak akan membahasnya. Mereka tidak akan mengakuinya tetapi mereka mungkin menggunakannya... produk perawatan kulit biasanya secara tradisional dikaitkan dengan wanita dan bukan pria... ini adalah hal yang baru bagi pria untuk menggunakannya... mungkin dalam 5 atau 10 tahun ke depan... itu mungkin dapat diterima dan akan dibahas tetapi tidak untuk saat ini.”(Byrne & Milestone, 2023)

Setiap individu memiliki gaya hidup masing-masing. Bagaimana gaya hidup tersebut dapat berubah seiring berkembangnya zaman dan mengalami perkembangan mengikuti arus modernisasi yang ada pada masyarakat. Perkembangan gaya hidup tersebut dapat dilihat dari aktivitas, minat, dan opini (Kotler & Keller, 2018).

Perawatan tubuh dan wajah adalah salah satu rutinitas gaya hidup sebagian orang. Perawatan diri lebih dikenal sebagai aktivitas yang dilakukan oleh perempuan atau identik dengan feminin. Namun, seiring berkembangnya zaman, sudah banyak laki-laki yang mulai sadar akan pentingnya perawatan diri dan mulai mengubah penampilan serta gaya hidupnya. Hal ini terbukti pada survei yang dilakukan oleh Jakpat yang melibatkan 814 laki-laki di Indonesia, terdapat 94% responden laki-laki setuju bahwa perawatan kulit wajah dengan *skincare* merupakan investasi untuk mendapatkan kulit yang sehat. Bahkan sebanyak 70% responden laki-laki menyatakan menggunakan *skincare* untuk mendapatkan kondisi kulit yang ideal.



Gambar 1.1 Men Skin Condition

Sumber: Jakpat, 2022

Pada survei yang dilakukan oleh Jakpat, mengungkapkan bahwa mayoritas laki-laki menganggap kulit yang tidak berjerawat sebagai kondisi kulit ideal. Selain itu, mereka juga mengungkapkan bahwa kondisi kulit yang ideal adalah kulit yang cerah, tidak bruntusan, bebas komedo, bebas minyak, tidak ada garis halus, pori-pori kecil, kulit kenyal, dan kulit putih. Namun, pada kenyataannya terdapat *gap* yang cukup besar antara gambaran kondisi kulit ideal dan kondisi kulit laki-laki yang sebenarnya. Hanya ada 62% responden laki-laki yang memiliki kulit bebas berjerawat, 58% pada kulit wajah cerah, dan 52% pada wajah halus tanpa bruntusan (2022 Beauty Trends – Jakpat Premium Report, 2022).

Kesadaran laki-laki untuk melakukan perawatan diri dapat dikatakan sudah meningkat terutama pada kalangan laki-laki muda yang memiliki pemikiran yang berbeda dengan generasi lebih tua.

“Generasi yang lebih tua sedikit takut dengan hal yang melembabkan karena itu bukan hal yang akan dilakukan. Itu bukan hal yang jantan di mata mereka” (Byrne & Milestone, 2023)

Pada *Webforum* UK terdapat laki-laki berumur 25 tahun yang membagikan pengalaman yang belum pernah melakukan perawatan kulit dan meminta rekomendasi produk yang harus digunakan.

“Saya ingin mulai merawat kulit saya dan memastikan kulit saya tetap terlihat muda/segar, karena banyak teman saya yang mulai pecah-pecah dan terlihat jelek karena keriput/kulit yang buruk. Saya ingin mencegah

agar tidak terlihat seperti itu..... Produk apa yang harus saya beli dan bagaimana urutan/kapan saya harus menggunakannya?" (Male Skin Care Routine HELP - The Student Room, n.d.)

Berdasarkan survei, sebagian laki-laki di Indonesia telah sadar akan pentingnya *skincare* dengan mengungkapkan kondisi kulit yang ideal, walaupun begitu masih banyak laki-laki yang tidak melakukan *skincare* secara menyeluruh agar mendapatkan kondisi kulit yang ideal. Banyak laki-laki yang menggunakan *skincare* hanya sekedar mencuci muka dengan sabun dan produk lain, seperti krim pelembab, *toner*, *serum*, dan tabir surya masih jarang digunakan. Hal ini terbukti pada Databoks yang mencatat bahwa terdapat 68% laki-laki menggunakan produk perawatan wajah dan 37% diantaranya hanya menggunakan sabun cuci muka setiap harinya (Databoks, 2021).

Nama Data	Nilai
Facial wash	37
Acne spot treatment	14
Day cream	14
Micellar water	9
Cleansing oil	9

Gambar 1.2 Data *skincare* laki-laki

Sumber: Databoks

Berdasarkan data yang dilansir dari Kompas.id, peluang untuk memasarkan *skincare* pria di Indonesia masih besar dan bisa dikembangkan karena jumlah produk *skincare* pria di Indonesia masih relatif kecil jika dibandingkan dengan banyaknya laki-laki yang semakin peduli dengan penampilannya. Produk *skincare* yang dimaksud bukan hanya sekedar sabun pencuci wajah, melainkan tabir surya, serum, dan pelembab wajah. *Brand manager skincare* pria di Indonesia yang bernama Kahf menyatakan bahwa saat ini produk sabun pencuci wajah pria di Indonesia hanya sebesar 11% dan tabir surya hanya sekitar 1% (Kompas.Id, 2024).

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, masyarakat memberikan

representasi antara laki-laki dan perempuan yang berkaitan dengan nilai maskulin dan feminin yang telah dikonstruksikan oleh masyarakat. Masyarakat dengan pandangan tradisional memberikan sifat maskulin untuk laki-laki dan feminin untuk perempuan. Laki-laki identik dengan sosok yang tegas, agresif, kuat, dan tidak peduli dengan penampilan, sedangkan perempuan identik dengan sifat peduli, sensitif, dan memberikan prioritas terhadap penampilannya (Wood & Oraiz, 2019). Secara umum, hal ini membuktikan bahwa masyarakat merekonstruksikan pemikiran terkait laki-laki dan perempuan. Sedangkan gender dan jenis kelamin memiliki arti yang berbeda.

Menurut Devito, jenis kelamin dan gender merupakan dua hal yang berbeda. Pada jenis kelamin berfokus pada saat manusia dilahirkan atau bersifat biologis (perempuan dan laki-laki). Sedangkan gender berfokus pada keyakinan, sikap dan perilaku dalam bermasyarakat, yaitu maskulin dan feminin (Devito, 2019). Menurut Hofstede dan Minkov (2010) menyatakan bahwa adanya sikap budaya terhadap peran gender merupakan suatu hal penting, terutama pada konsep bagaimana laki-laki dan perempuan seharusnya bersikap dan berperilaku. Konsep ini kemudian diklasifikasikan dengan budaya maskulin dan feminin (DeVito, 2022).

Budaya maskulin memberikan tekanan kepada ‘anggotanya’ untuk menjadi sesuai dengan standar maskulinitas yang ada pada masyarakat. Indonesia secara dominan menggambarkan laki-laki ke dalam stereotip yang menggambarkan pandangan budaya maskulinitas dan peran laki-laki dalam budaya tersebut. Laki-laki selalu dianggap sebagai pohon yang kokoh, tidak pernah layu, dan tidak bergantung kepada orang lain. Jika laki-laki tidak berperan sebagai pejuang dalam artian bersikap agresif, pemberani, dan kuat maka laki-laki tidak memiliki ruang tersendiri.

Meningkatkan penampilan dapat dilakukan dengan pakaian, tato, dan kosmetik (Liu, 2019). Produk perawatan kulit termasuk salah satu produk kosmetika. Produk *skincare* terdiri dari sabun cuci muka, pelembab, tabir surya, *toner*, *serum* merupakan produk yang digunakan untuk memperbaiki dan menjaga kulit. Melakukan perawatan diri dengan *skincare* dapat dilakukan oleh laki-laki dan perempuan. Namun, masih banyak yang menanggapi *skincare* merupakan produk

perempuan dan tidak menggambarkan suatu hal yang maskulin.

Berdasarkan literatur di masa lalu, perawatan diri lebih dikaitkan kepada perempuan daripada laki-laki. Secara umum, tubuh perempuan lebih dipermasalahkan (Liu, 2019). Oleh karena itu, masih ada permasalahan antara laki-laki dan praktik perawatan kulit. Meskipun sudah banyak laki-laki yang menerapkan perawatan kulit wajah, tetapi mereka masih enggan membahas dan memberikan batasan terhadap produk yang digunakan sehingga sabun cuci muka masih menjadi produk yang hanya digunakan oleh laki-laki. Produk seperti krim pelembab, *toner*, *serum*, dan tabir surya masih jarang digunakan.

Maskulinitas tradisional mendorong laki-laki untuk menjadi tegas, ambisius, dan kompetitif (Devito, 2022). Sehingga, laki-laki yang menggunakan produk *skincare* yang lebih kompleks akan dianggap sebagai hal yang tabu karena tidak mencerminkan sikap yang maskulin. Stigma tersebut membawa sebagian laki-laki kepada pandangan *skincare* sebagai produk bernuansa feminin sehingga memberikan batasan terkait diskusi rutinitas penggunaan *skincare*. Hal tersebut menimbulkan sebuah bentuk konstruksi pemaknaan yang baru oleh laki-laki pengguna *skincare* terkait dengan maskulinitas.

Praktik perawatan diri berkaitan dengan penampilan seseorang. Terdapat kecenderungan praktik perawatan kulit hanya dikaitkan dengan perempuan. Laki-laki juga membutuhkan perawatan diri agar penampilan terlihat baik. Namun, diskursus mengenai praktik perawatan kulit laki-laki masih jarang untuk dibahas. Fenomena laki-laki pengguna *skincare* dapat dikaitkan dengan bagaimana mereka memandang diri sendiri di tengah anggapan tabu persoalan laki-laki pengguna *skincare*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, dapat dikatakan bahwa terdapat fenomena untuk laki-laki pengguna *skincare* yang dinilai sebagai suatu aktivitas yang tidak biasa dilakukan oleh laki-laki. Di saat yang bersamaan, laki-laki sudah mulai melakukan perawatan diri dengan *skincare* agar mendapatkan penampilan yang lebih baik, walaupun pada kenyataannya terdapat *gap* yang

cukup besar antara kulit ideal dengan kondisi kulit laki-laki yang sebenarnya.

Peneliti dapat merumuskan menjadi beberapa bagian yang menyebabkan laki-laki pengguna *skincare* kerap dianggap tidak normal. Faktor-faktor seperti lingkungan dan budaya dapat mempengaruhi pandangan dan perilaku seseorang. Anggapan *skincare* tidak maskulin membuat laki-laki gengsi untuk terikat dengan produk *skincare* sehingga membuat mereka jauh dari kondisi kulit ideal.

Laki-laki sudah mulai menggunakan produk *skincare*, meskipun hal ini masih dianggap tabu atau tidak sesuai dengan stereotip maskulin tradisional. Oleh karena itu, peneliti hendak menginterpretasi konstruksi laki-laki pengguna *skincare* terkait maskulinitas berdasarkan interaksi sosial pada pengalamannya. Selain itu, terdapat proses mengembangkan dan mengelaborasi konsep diri laki-laki pengguna *skincare*. Penelitian ini juga berupaya merefleksikan bagaimana penggunaan *skincare* berkontribusi terhadap pembentukan konsep diri mereka, melalui sudut pandang personal serta kaitannya dengan dinamika sosial yang mereka alami.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Bagaimana konstruksi laki-laki pengguna *skincare* terkait maskulinitas dapat mengelaborasi konsep diri?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan pemaknaan maskulinitas, serta kontribusi lingkungan sosial terhadap pembentukan konsep diri berdasarkan pengalaman laki-laki pengguna *skincare*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar untuk penelitian berikutnya dengan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman

dari laki-laki pengguna *skincare* terkait elaborasi konsep diri melalui studi fenomenologi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan berkontribusi pada bidang akademis dan sosial terutama dalam proses elaborasi konsep diri melalui pengalaman laki-laki pengguna *skincare*.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pandangan dan perspektif baru mengenai interpretasi laki-laki pengguna *skincare* terhadap elaborasi konsep diri.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan jumlah partisipan yang terbatas, sehingga terdapat kemungkinan tidak mewakili keragaman pengalaman laki-laki pengguna *skincare*. Pada penelitian ini fokus kepada pengalaman narasumber laki-laki, sehingga bergantung pada hasil wawancara, analisis verbatim, dan proses interpretasi data dapat dipengaruhi dengan bias peneliti.

