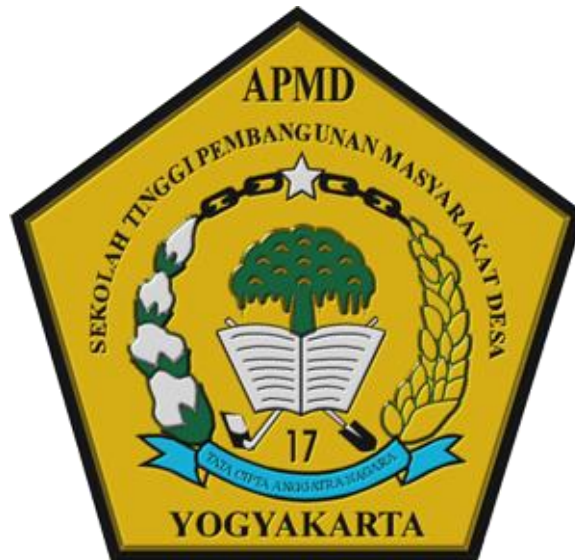


RESEPSI GENDER DALAM *BEAUTY VLOGGER* LAKI-LAKI
(Studi kasus pada akun *youtube* Andreas Lukita)



Disusun Oleh :

TAHSYAL RILLIANI EKAWATI

19530005

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”
YOGYAKARTA
2023

SKRIPSI

**RESEPSI GENDER DALAM
BEAUTY VLOGGER LAKI-LAKI**

(Studi kasus pada akun *youtube* Andreas Lukita)

Diajukan sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Ilmu Komunikasi
Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD"



Disusun Oleh:

TAHSYAL RILLIANI EKAWATI
19530005



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tahsyal Rilliani Ekawati

Nim : 19530005

Judul Skripsi : Resepsi Gender Dalam *Beauty Vlogger* Laki-laki
(Studi kasus pada akun *youtube* Andreas Lukita)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulisan saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali saya secara tertulis diacuh dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya menyatakan bahwa bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Yogyakarta, 3 Juli 2023




Tahsyal Rilliani Ekawati

19530005

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan kebenarannya di depan tim penguji untuk memenuhi persyaratan gelar sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta dengan waktu sebagai berikut:

Hari : Kamis
Tanggal : 3 Agustus 2023
Pukul : 10.30
Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD "APMD" Yogyakarta

TIM PENGUJI	
NAMA	TANDA TANGAN
1. Dr. Yuli Setyowati, S.IP., M.Si. Ketua/Penguji/Pembimbing	
2. Habib Muhsin, S.Sos, M.Si. Penguji Sampling I	
3. Fadjarini Sulistyowati, S.IP, M.Si. Penguji Sampling II	

Mengetahui,


Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Yuli Setyowati, S.IP., M.Si.
NIY: 170230197

MOTTO

“Hiduplah seakan-akan kamu akan mati hari esok dan belajarlh seolah kamu akan hidup selamanya”

(Mahatama Gandhi)

“Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, karya ilmiah ini dipersembahkan kepada:

Allah SWT atas keridhoan-Nya dan izin-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan kuliah dan skripsi pada prodi Ilmu komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta

Keluarga besar penulis yang telah banyak membantu baik dana serta dukungan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sarjana S-1 Ilmu Komunikasi.

Dr.Yuli Setyowati, S.IP., M.Si., selaku pembimbing akademik yang telah banyak membantu penulis dalam membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah, hanya karena kasih sayang-Nya, karya sederhana ini dapat terselesaikan. Melalui karya ini, penulis mencoba untuk mengeksplorasi resepsi gender terhadap *beauty vlogger* laki-laki pada akun *youtube* Andreas Lukita. Penyusunan dan penyelesaian tulisan ini tidak dapat dilepaskan dari banyak pihak yang telah memberikan dukungan dalam segala hal. Oleh karenanya ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada

1. Bapak Ketua STPMD “APMD” Yogyakarta, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta beserta seluruh staf akademika serta Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dimana penulis menimba Ilmu dan Pengalaman yang diberikan oleh beliau.
2. Dr. Yuli Setyowati, S.IP., M.Si., penulis mengucapkan terimakasih atas kesabaran dan bimbingan hingga terselesaikannya penelitian ini.
3. Dr. Yuli Setyowati, S.IP., M.Si., Habib Muhsin, S.Sos, M.Si, Fadjarini Sulistyowati, S.IP, M.Si selaku dosen penguji yang memberikan masukan serta saran untuk menyempurnakan penelitian ini.
4. Orang tua serta keluarga yang selalu mendukung penulis dalam mengerjakan penelitian, memberikan semangat dan pengingat agar segera menyanggah gelar sarjana.
5. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi, teman-teman organisasi IMaKo, teman-teman KKN Desa Pacarejo, dimana penulis mendapatkan motivasi serta dukungan dalam melakukan penelitian.

6. Untuk Bima Amarullah yang telah memberikan support, semangat serta memberikan saran terhadap penulis dalam mengerjakan penelitian.
7. Untuk Dhika selaku teman baik yang selalu memberikan pengalaman-pengalaman berharga, pelajaran yang belum tentu penulis dapat dari orang lain, dimana penulis mendapatkan motivasi, serta semangat untuk menyelesaikan penelitian.
8. Teman-teman yang selalu ada untuk mendengarkan keluh kesah dan berbagi cerita-cerita random, penghibur dikala penat, peneman *healing*, dan selalu memberikan dukungan serta masukan kepada penulis.
9. Untuk aku atas segala kekuatan keluh, kesah, tangis, bahagia, cerita, dan segala hal yang telah dilakukan untuk tetap bertahan dan memperjuangkan apa yang telah menjadi pilihanmu.

Peneliti menyadari bahwa pada skripsi ini masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Segala kritik dan saran yang membangun, peneliti mengharapkan dapat menjadi pengembangan penelitian yang lebih baik lagi untuk kedepannya. Semoga tugas akhir ini dapat menginspirasi dan bermanfaat bagi seluruh insan.

Yogyakarta, 3 Juli 2023



Tahsyal Rilliani Ekawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Kebaruan Penelitian	10
C. Rumusan Masalah.....	13
D. Tujuan Penelitian	13
E. Manfaat Penelitian	14
F. Kerangka Teoritis/Tinjauan Pustaka.....	14
G. Kerangka Pikir	23
H. Metodologi Penelitian	25
1. Jenis/Pendekatan Penelitian.....	25
2. Tempat,Lokasi dan Setting Penelitian	25
3. Data dan Sumber Data	26
1. Informasi (Narasumber/Informan).....	26
2. Tempat/Peristiwa/Kejadian.....	27
3. Arsip Dokumen.....	27
4. Teknik Pengumpulan Data.....	28
1. Wawancara	28
2. Observasi	29

3. Studi Dokumentasi	29
4. Studi Kepustakaan	29
5. Teknik Sampling/Teknik Pemilihan Informan	30
6. Teknik Analisis Data	31
7. Teknik Triangulasi Data	33
BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN	35
A. Sejarah <i>Youtube</i>	35
B. Perkembangan <i>Youtube</i>	36
C. Konten <i>Youtube</i>	37
D. Akun <i>Youtube</i> Andreas Lukita	38
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA	42
A. Deskripsi Informan	42
B. Sajian Data	43
1. Resepsi ekspresi gender pada konten <i>youtube</i> Andreas Lukita	46
2. Resepsi kesetaraan gender pada konten <i>youtube</i> Andreas Lukita.....	53
3. Pandangan penonton terhadap konten <i>beauty vlogger</i> pada akun <i>youtube</i> Andreas Lukita	61
C. Analisis Data	68
1. Resepsi ekspresi gender pada konten <i>youtube</i> Andreas Lukita	70
2. Resepsi kesetaraan gender pada konten <i>youtube</i> Andreas Lukita.....	73
3. Pandangan penonton terhadap konten <i>beauty vlogger</i> pada akun <i>youtube</i> Andreas Lukita	80
BAB IV KESIMPULAN DAN PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kebaruan Penelitian	11
Tabel 3.1 Deskripsi Informan	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir	24
Gambar 2.1 Akun <i>Youtube</i> Andreas Lukita	38
Gambar 2.2 Kategori Konten Andreas Lukita	39
Gambar 3.1 Penampilan Andreas Lukita	44
Gambar 3.2 Ekspresi Andreas Lukita	46
Gambar 3.3 Penampilan sisi feminin dan maskulin	53
Gambar 3.4 Tutorial <i>makeup</i> Andreas Lukita	61
Gambar 3.5 Komentar pro dan kontra	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Panduan Wawancara	91
Lampiran Hasil Wawancara	93

HALAMAN ABSTRAK

RESEPSI GENDER DALAM *BEAUTY VLOGGER* LAKI-LAKI

(Studi kasus pada akun *youtube* Andreas Lukita)

Oleh:

Tahsyal Rilliani Ekawati

19530005

ABSTRAK

Fenomena *beauty vlogger* laki-laki muncul seiring dengan berkembangnya zaman, oleh karena itu kolom komentar menjadi alat menyalurkan ekspresi yang dapat menimbulkan perdebatan pro dan kontra. Dengan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk memahami resepsi masyarakat terhadap ekspresi *beauty vlogger* laki-laki dalam konteks kesetaraan gender. Dalam kerangka kesetaraan gender, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peran *beauty vlogger* laki-laki dalam mempengaruhi pandangan masyarakat.

Metode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif menggunakan analisis resepsi yang digunakan menurut Stuart Hall yang terdapat 3 pemaknaan yaitu pemaknaan dominan, negosiasi serta oposisi yang dilakukan dengan wawancara bersama penonton atau pengikut konten *beauty vlogger* Andreas Lukita. Wawancara difokuskan pada persepsi mereka tentang ekspresi gender dari seorang *beauty vlogger* laki-laki dan pandangan mereka mengenai kesetaraan gender dalam industri kecantikan. Pada penelitian ini terdapat 7 (tujuh) informan terpilih berdasarkan sumber teknik *purposive sampling*. Data analisis menggunakan model analisis interaktif menurut Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa resepsi masyarakat terhadap ekspresi *beauty vlogger* laki-laki cenderung beragam. Beberapa responden merasa positif dan menyambut baik inklusivitas tersebut, sementara yang lain memiliki pandangan negosiasi atau bahkan oposisi terkait dengan adanya stereotip gender konvensional. Temuan ini mencerminkan pentingnya mendiskusikan konstruksi sosial seputar maskulinitas dan feminitas serta menggali lebih jauh tentang bagaimana persepsi masyarakat dapat dipengaruhi oleh perubahan pola pikir terkait kesetaraan gender. Hal ini menyoroti perlunya pendekatan yang lebih menerima dalam memahami variasi identitas gender di dunia kecantikan. Dengan mengeksplorasi ekspresi gender mereka, penelitian ini berkontribusi pada diskursus penting mengenai kebebasan individu untuk mengekspresikan diri tanpa dibatasi oleh norma-norma stereotip gender.

Kata Kunci: *Resepsi, Beauty Vlogger Laki-laki, Gender*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap waktu seseorang dapat berkomunikasi menggunakan sebuah media yang disebut juga sebagai alat berkomunikasi. Media memiliki peran yang penting dalam mewujudkan keterbukaan informasi terhadap masyarakat luas. Media merupakan alat informasi komunikasi yang dapat digunakan secara langsung maupun tidak langsung. Media merupakan alat komunikasi yang ditujukan untuk massa. Media massa mampu memberikan informasi perihal apapun, media massa termasuk salah satu sarana yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan sebuah informasi baik yang terjadi di lingkungan sekitar maupun informasi yang terjadi dari luar daerah ataupun luar negeri dengan mudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Informasi yang disajikan pada media massa ialah sebuah kejadian atau peristiwa yang terjadi di kehidupan manusia sehingga media massa dan manusia saling membutuhkan dan keduanya tidak dapat dipisahkan.

Pada era globalisasi saat ini, teknologi semakin maju. Tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran internet saat ini semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, oleh anak-anak hingga orang tua. Dengan teknologi yang semakin maju dan semakin berkembang media sosial mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan seseorang. Komunikasi massa meliputi seluruh lapisan masyarakat di Indonesia maupun dunia dengan berbagai perbedaan usia, pendidikan, status sosial, agama, ras,

suku dan yang lainnya. Komunikasi massa memiliki hubungan dua arah yang dapat menimbulkan *feed back* atau timbal balik, khalayak dapat mempengaruhi media dan begitupun sebaliknya media dapat mempengaruhi khalayak. Media dapat menyampaikan atau menyebarkan informasi penting yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga dengan mudah mengetahui sesuatu yang sedang terjadi dan yang ingin dicari melalui tulisan ataupun video pada media, begitupun sebaliknya masyarakat dapat menggunakan media untuk menyampaikan informasi yang bermanfaat bagi khalayak luas atau pengguna media massa. Berita-berita yang disajikan di media massa merupakan hasil seleksi dari pihak media massa sehingga berita yang disajikan untuk masyarakat merupakan berita yang layak dan patut untuk dikonsumsi publik.

Media massa dibagi menjadi media massa cetak yang berupa koran, majalah, dan sejenisnya serta media massa elektronik yang berupa radio ataupun televisi. Seiring bertambahnya waktu, semakin canggih teknologi akibat perkembangan zaman. Media massa elektronik dimunculkan dengan adanya media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, *whatsapp*, *youtube*, dan sebagainya. Salah satu kelebihan media elektronik yaitu memiliki sifat *real time* atau dapat disiarkan maupun disaksikan secara langsung pada sebuah peristiwa atau kejadian. Media elektronik bersifat instan dibandingkan media cetak, sehingga media elektronik lebih banyak diminati oleh banyak kalangan saat ini.

Salah satu media massa elektronik yang memiliki perkembangan sangat pesat yaitu media sosial. Dari tahun ke tahun pengguna media sosial semakin bertambah karena media sosial atau yang disebut dengan internet semakin mudah dijangkau dan tersebar ke pelosok negeri, walaupun tidak sedikit daerah di Indonesia yang sulit mendapatkan akses internet. Implementasi penggunaan internet di seluruh belahan daerah, penggunaan media sosial paling menonjol yaitu semenjak terjadinya kasus virus Covid-19 yang mengharuskan seluruh pelajar mengakses pembelajaran melalui internet atau daring. Dilansir oleh dataindonesia.id pada tanggal 3 Februari 2023 berdasarkan laporan *We Are Social* menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Dilihat dari banyaknya minat pengguna media sosial yang hidup di tengah persaingan media informasi saat ini, media sosial merupakan sebuah *software* atau aplikasi seluler yang praktis untuk dibawa kemana mana, dapat dilihat dimana saja, mudah diperoleh jika diperlukan, mudah menyebarkan dan mendapatkan informasi melalui dunia maya atau digital. Media sosial sama seperti media massa lainnya yang mana iklan menjadi sumber penghasilan dari sebuah informasi yang diberikan melalui media, informasi yang tersebar di media sosial tidak hanya berupa informasi berita, namun juga adanya hiburan, edukasi, hingga berbelanja dan informasi informasi lainnya yang dibutuhkan oleh pengguna media sosial.

Menurut Ubaidah (2018) konten digital dapat dilihat dari berbagai format berupa tulisan, gambar, video, audio, ataupun sebagainya yang dibuat sedemikian rupa sehingga dapat dibaca dan ditampilkan oleh seluler ataupun komputer dan mudah untuk disebarluaskan melalui media digital. Begitu banyaknya konten yang tersedia di berbagai *platform* salah satunya yaitu *youtube*, yang memiliki berbagai jenis konten yang digemari dan banyak ditonton diantaranya video keseharian, video *prank*, film pendek, video klip musik, video parodi, video tutorial, video *talkshow*, video *podcast*, dan video *review* produk dari barang elektronik hingga kecantikan.

Seseorang yang membuat video dan menjadikan video sebagai konten utama pada *youtube* disebut *vloggers*. *Vlog* berupa konten yang berisi video dengan menampilkan rekaman profil seseorang, aktivitas sehari-hari yang dilakukan seseorang dan pengalaman yang dirasakan. Bagi produksi konten atau dapat juga disebut dengan *vlogger*, *youtube* merupakan media digital yang *fleksibel* karena dengan fitur-fitur *youtube* yang mana *vlogger* dapat melihat komentar, kritik, serta saran yang dibuat oleh penonton dapat menjadi sebagai bahan koreksi dalam meningkatkan kualitas konten untuk kedepan agar lebih baik dan memperbaiki kesalahan-kesalahan dalam pembuatan video.

Konten yang ada pada sebuah *platform* harus diproduksi dengan kreativitas karena persaingan video konten yang mana saat ini sudah banyak orang yang turut berkecimpung di bidang produksi konten. Media sosial saat ini semakin menggeser media sebelumnya, kini setiap orang atau pengguna media sosial dapat dengan

mudah membuat konten dan dibagikan melalui media sosial. Semakin pesat kemajuan teknologi, orang-orang semakin kreatif dalam menggunakan media sosial dan memanfaatkan media sebagai penghasil uang dengan membuat konten yang dibutuhkan oleh penonton dan menarik minat penonton untuk mendapatkan *viewers* bahkan banyak *follower*. Bahkan penggemar perawatan dan kecantikan juga menggunakan media sosial sebagai bahan acuan terhadap penentuan produk, media sosial dijadikan sebagai alat penyampaian pengalaman selama menggunakan produk atau yang dikenal dengan *review*, *review* ini tidak hanya *skincare*, *bodycare*, kosmetik bahkan hingga *review haircare* dengan tujuan agar penonton dapat membandingkan produk mana yang memiliki *review* bagus dari sekian banyak *review* di berbagai konten yang berbeda, sehingga penonton dapat yakin dengan produk yang dipilih. Seseorang yang memberikan informasi mengenai keseharian atau mengulas tentang produk atau *brand* yang telah digunakan sebelumnya disebut dengan *beauty vlogger* yang mengkhususkan untuk memberikan informasi mengenai dunia kosmetik dan kecantikan dengan mengunggah pada *platform* media sosial yaitu *youtube*.

Penonton *beauty vlogger* dimudahkan dalam memberikan penilaian secara langsung dengan menggunakan kolom komentar untuk menuliskan ataupun dapat membandingkan pengalaman-pengalaman saat menggunakan produk yang dilihat dari kekurangan dan kelebihan, serta kesan atau efek setelah menggunakan produk, namun tidak hanya itu penonton juga dapat memberikan sebuah kritik dan saran

mengenai pemeran *beauty vlogger*. Hal tersebut yang mendorong semakin banyaknya kemunculan *beauty vlogger* saat ini dan kehadirannya yang sangat diminati di kalangan perawatan dan kecantikan. *Beauty vlogger* mampu mempengaruhi konsumen oleh informasi-informasi yang diberikan *beauty vlogger* yang dianggap memiliki kredibilitas dalam bidang produk perawatan dan kecantikan. Dapat dikatakan bahwa *beauty vlogger* mampu membentuk cara pandang sebuah produk yang tertinggal dibenak konsumen akan semakin kuat.

Media merupakan salah satu alat utama dalam membentuk konstruksi gender terhadap masyarakat. Dengan faktor-faktor tertentu, salah satunya yaitu bentukan budaya yang turun menurun pasalnya laki-laki merupakan budaya patriaki yang mana peran laki-laki dilakukan di publik atau luar rumah yaitu bekerja, sedangkan perempuan merupakan budaya matriaki yang mana peran perempuan dilakukan di sektor domestik yaitu melakukan urusan yang ada di dalam rumah. Oleh karena itu, media saat ini membangun konstruksi sosial pada masyarakat yaitu sebagai pembeda peran antara laki-laki dan perempuan. Gender merupakan peran seperti halnya kostum dan topeng di teater, dengan arti bahwa laki-laki ataupun perempuan memerankan suatu hal yang bukan sesungguhnya atau hanya sebuah ekspresi yang ditampilkan seseorang tanpa mengubah jenis kelamin.

Tayangan pada media sosial ataupun televisi yang mana seseorang menunjukkan aksi, penampilan, gaya dan sebagainya dapat menunjukkan bagaimana seseorang berinteraksi atas apa yang ditampilkan oleh media tersebut, karena dapat memberikan

pengaruh dalam menilai apa yang ditampilkan orang lain. Pada umumnya *beauty vlogger* diperankan oleh perempuan dikarenakan konstruksi sosial yang mana wajarnya perempuan merupakan sosok yang dilihat akan kecantikkannya dari ujung kepala hingga ujung kaki, oleh karena itu masalah perawatan dan kecantikan perempuan dianggap lebih paham mengenai *haircare, skincare, bodycare* serta *make up*. Berbeda dengan laki-laki yang mana sedikit dari mereka yang membicarakan mengenai penampilan karena pada dasarnya laki-laki menurut konstruksi sosial merupakan budaya patriaki yang mana laki-laki wajarnya untuk bekerja di luar rumah, oleh karena itu sedikit dari mereka yang mementingkan penampilan kecuali disebabkan oleh faktor tertentu, salah satunya yaitu pekerjaan. Sama halnya dengan Yotuber Indonesia Andreas Lukita yang mana ia membuat konten-konten yang berisi mengenai perawatan dan kecantikan yang ditujukan untuk penonton laki-laki maupun perempuan, dengan menjelaskan tutorial serta penjelasan terkait apa yang dipakai kepada penonton.

Andreas Lukita sebagai *youtuber* laki-laki dengan memiliki ekspresi gender yang feminin mempresentasikan identitas gender dengan melalui konten-konten tayangan pada media sosial yang mana seseorang menunjukkan aksi, penampilan, gaya dan sebagainya dapat menunjukkan bagaimana seseorang berinteraksi atas apa yang ditampilkan oleh media tersebut, karena dapat memberikan pengaruh dalam menilai apa yang ditampilkan orang lain. Andreas Lukita, seorang *beauty vlogger* laki-laki yang cukup terkenal di Indonesia, Andreas Lukita dijadikan sebagai objek penelitian

untuk dianalisis karena pengaruhnya yang besar dalam dunia kecantikan, selain itu, kreativitas Andreas dalam menciptakan konten-konten menarik tentang kecantikan juga menjadi salah satu alasan mengapa ia dijadikan sebagai objek analisis penelitian ini.

Pada umumnya *beauty vlogger* diperankan oleh perempuan dikarenakan konstruksi sosial yang mana wajarnya perempuan merupakan sosok yang dilihat akan kecantikkannya dari ujung kepala hingga ujung kaki, oleh karena itu masalah perawatan dan kecantikan perempuan dianggap lebih paham mengenai *haircare*, *skincare*, *bodycare* serta *make up*. Berbeda dengan laki-laki yang mana sedikit dari mereka yang membicarakan mengenai penampilan karena pada dasarnya laki-laki menurut konstruksi sosial merupakan budaya patriaki yang mana laki-laki wajarnya untuk bekerja di luar, oleh karena itu sedikit dari mereka yang mementingkan penampilan kecuali disebabkan oleh faktor tertentu, salah satunya yaitu pekerjaan. Seperti *yotuber* Indonesia Andreas Lukita yang mana ia membuat konten-konten yang berisi mengenai perawatan dan kecantikan yang ditujukan untuk penonton laki-laki maupun perempuan, dengan menjelaskan tutorial serta memberi penjelasan terkait apa yang dipakai kepada penontonnya, ditengah pandangan masyarakat yang membedakan status gender melalui penampilan dimana laki-laki identik dengan ekspresi gender maskulin sedangkan perempuan sebagai feminin.

Menurut Morrow & Messinger (Sumardiono, 2022) jenis kelamin adalah kategori biologis yang membedakan laki-laki dan perempuan. Sedangkan gender

merupakan karakteristik perilaku, budaya, dan psikologis yang dibangun secara sosial untuk mengekspresikan femininitas yang sering diasosiasikan dengan perempuan dan maskulinitas bagi laki-laki. Identitas gender merupakan ekspresi identitas pribadi individu sebagai maskulin, feminin, atau kombinasi keduanya. Namun turut berkembangnya teknologi, pada media sosial terdapat seorang laki-laki yang mengekspose dirinya dengan ekspresi gender yang terlihat feminin oleh karena itu, meskipun berjenis kelamin laki-laki, ekspresi gender yang ditampilkan adalah feminin.

Ekspresi gender saat ini masih menjadi pro dan kontra, pada beberapa komentar di konten *youtube* pun mencoba untuk merespon realita ini dengan cara menggambarkan pandangan gender yang setara dengan mendukung adanya konten *beauty vlogger* yang diperankan oleh seorang laki-laki, namun ada beberapa komentar juga yang menganggap bahwa hal tersebut merupakan sebuah hal yang menyimpang. Sedemikian konten-konten ikut bertambah seiring dengan perubahan dalam masyarakat. Dari berbagai macam konten yang muncul di *youtube* yang menampilkan konstruksi gender lebih menunjukkan pada peran *beauty vlogger* dalam konten tersebut. Pada dasarnya ekspresi gender yang ditampilkan pada sebuah media massa merupakan sebuah penampilan dan bukan berarti karena seseorang mempunyai tubuh layaknya perempuan kemudian mereka merasa bahwa dirinya berperilaku dan menampilkan sesuatu layaknya perempuan pada pandangan masyarakat. Namun, seseorang dapat merasa sebagai laki-laki jika mereka

berperilaku dan menampilkan sesuatu yang menunjukkan karakter maskulin, begitupun sebaliknya. Dengan permasalahan yang ada di atas, peneliti mengkaji mengenai kesetaraan gender pada konten *youtube* Andreas Lukita. Oleh karena itu penulis meneliti permasalahan tersebut dengan judul “**Resepsi Gender Dalam Konten Youtube Beauty vlogger Laki- Laki (Studi kasus pada akun youtube Andreas Lukita)**”

B. Kebaruan Penelitian

Menurut Zohrahayaty (Salsabila, 2022) *State of the Art* merupakan hal yang cukup penting bagi penelitian, bermanfaat untuk mengetahui bagaimana berkembangnya ilmu pada bidang dan masalah general yang sedang diteliti sampai peneliti dapat menemukan masalah penelitian yang dapat memberikan kontribusi. Sebagai pendukung penelitian, ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan untuk sebuah referensi maupun acuan dalam menentukan arah pembahasan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pembanding hasil penelitian yang dilihat dari persamaan dan perbedaan penelitian.

Tabel 1.1
Kebaruan Penelitian

No	Penulis, Judul, Publikasi	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Siti Mariam Namira Putri “Resepsi maskulinitas terhadap pria dalam konten <i>youtube</i> outfit ideas Jovi Adhiguna dan Andreas Lukita”. Repository uii. 2022.	Setelah menganalisis hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa resepsi audiens berada pada posisi Negoisasi. Mayoritas informan memberikan tanggapan positif (setuju) dan negatif (tidak setuju) karena informan menyesuaikan pesan media dengan budaya, sudut pandang dan pengalaman mereka.	Dari jurnal Siti Mariam, peneliti memiliki kesamaan yaitu menganalisa terkait resepsi gender pada konten <i>youtube</i> laki-laki.	Menggunakan teori yang berbeda yang mana peneliti menggunakan teori <i>youtube</i> , kesetaraan gender, feminitas, maskulinias analisis resepsi, dan ekspresi gender kesetaraan gender sedangkan pada repository menggunakan teori gender sebagai bentukan budaya, maskulinitas, <i>youtube</i> , analisis resepsi
2	Elisabeth Windy Ancesia Simaibang Atwar Bajari “Representasi Male Feminist oleh Aliansi Laki-laki Baru di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Laki-laki Feminis oleh Aliansi Laki-laki Baru di Twitter @lakilakibaru)”. <i>Linimasa</i> :	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten <i>tweets</i> yang diunggah @lakilakibaru bertujuan untuk menormalisasikan kesetaraan gender dengan menggunakan fitur-fitur yang ada pada <i>tweeter</i>	Pada jurnal tersebut, memiliki persamaan yaitu media sosial sebagai objek penelitian serta menggunakan adanya kesetaraan gender pada jurnal tersbut.	Menggunakan analisis serta teori yang berbeda, yang mana peneliti menggunakan teori analisis resepsi sebagai panduan sedangkan jurnal ini menggunakan teori dramaturgi yang dikembangkan oleh Erving Goffman sebagai panduan.

	<i>Jurnal Ilmu Komunikasi</i> vol.2 no.2, Juli 2019			
3	Kevi Restu Praditha dan Fajar Junaedi, "Resepsi Audiens Terhadap Transgender dalam Film Dokumenter Bulu Mata", <i>Channel Jurnal Komunikasi Vol.7, No.2</i> , Oktober 2019	Pada penelitian ini berhasil menunjukkan resepsi khalayak dalam memaknai film Bulu Mata amat berbeda-beda. Informan dengan latar belakang yang tertarik dengan isu gender berada pada posisi dominant, informan dengan latar belakang yang mengikuti organisasi film Kine berada pada posisi negotiated, serta informan yang mengikuti organisasi Rohis berada pada posisi oppositional.	Pada jurnal ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan diteliti yaitu menganalisis terkait resepsi gender yang terdapat pada media dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan jurnal yaitu terkait dengan gender yang diteliti oleh penelitian ini merupakan seorang laki-laki yang berpenampilan feminis dalam konten <i>youtube</i> sedangkan pada jurnal menggunakan isu transgender yang terdapat pada film dokumenter.

Dilihat dari ketiga penelitian terdahulu memiliki persamaan dan perbedaan masing-masing, sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada resepsi gender atau pemaknaan dari sebuah media yang diterima oleh penonton terhadap konten *youtube* Andreas Lukita. Pada kebaruan penelitian pertama memiliki persamaan membahas persoalan isu gender terkait maskulinitas menggunakan analisis resepsi namun bedanya terdapat pada teori-teori yang digunakan, kebaruan penelitian kedua memiliki kesamaan terkait media sebagai objek sebuah penelitian serta kesetaraan gender yang ada pada penelitian serta memiliki perbedaan pada teori, pada kebaruan penelitian ketiga memiliki persamaan resepsi gender pada media dengan perbedaan isu gender yang diteliti yaitu gender laki-laki yang berpenampilan feminis sedangkan pada jurnal menggunakan isu transgender. Dari ketiga penelitian terdahulu yang membahas mengenai isu gender, penelitian ini merupakan penelitian yang meneliti terkait pemaknaan yang diterima melalui media oleh penonton dengan permasalahan laki-laki yang penampilan feminis dalam konten *youtube*, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini baru untuk diteliti.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: Bagaimana resepsi gender dalam *beauty vlogger* laki-laki studi kasus pada akun *youtube* Andreas Lukita.

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui resepsi ekspresi gender pada konten *youtube* Andreas Lukita
2. Mengetahui resepsi kesetaraan gender pada konten *youtube* Andreas Lukita

3. Mengetahui pandangan penonton terhadap konten *beauty vlogger* pada akun *youtube* Andreas Lukita

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis serta praktis.

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan ataupun literatur mengenai kajian Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang media dan gender.

2. Manfaat Praktis

Untuk menambah kajian pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam pemahaman mengenai konten *youtube beauty vlogger* yang membahas tentang perawatan dan kecantikan sebagai sebuah resepsi gender melalui seorang *youtuber* Andreas Lukita.

F. Kerangka Teoritis / Tinjauan Pustaka

Perkembangan teknologi dan informasi menjadi sebuah reformasi yang tidak terhindarkan dalam memasuki era 4.0. Berbagai inovasi mendorong terciptanya teknologi informasi yang bersifat cepat dan kompleks namun praktis. Seluruh lapisan masyarakat pun dituntut untuk mampu mengadopsi inovasi ini seiring sifatnya yang mampu mempermudah dan membantu meringankan berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari. Adopsi inovasi merupakan proses implementasi terhadap peradaban teknologi dengan mempertimbangkan ada atau tidaknya manfaat di dalamnya, Rogers (Habibah & Irwansyah, 2021: 350). Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa perkembangan zaman memang tidak dapat dihindari, dengan

berkembangnya teknologi pada setiap tahun yang semakin maju dengan berbagai inovasi yang memudahkan pengguna media, tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut mampu menambah jumlah penggunaan media sosial yang semakin tahun semain bertambah karena dengan adanya media sosial, masyarakat menjadi lebih mudah dan praktis dalam melakukan aktifitas menggunakan media. Menurut Dewdney & Ride (Habibah & Irwansyah, 2021: 351) internet terus berkembang sampai akhirnya melahirkan adanya media baru atau *new media* yang merujuk pada penekanan bentuk dan konteks budaya dalam teknologi komputer.

Semakin berkembangnya teknologi saat ini pengguna media dapat melakukan aktivitas yang biasanya dilakukan secara langsung, namun saat ini dengan adanya teknologi yang mendukung mampu mempermudah penggunaannya dengan melakukan aktivitas melalui media. Oleh karena itu semakin banyak media-media baru terkait komunikasi informasi saat ini, namun dengan berbagai fitur yang berbeda. Media baru saat ini merupakan media massa elektronik yang dimunculkan dengan adanya media sosial seperti *facebook, instagram, twitter, whatsapp, youtube* dan sebagainya. Salah satu kelebihan media elektronik yaitu memiliki sifat *real time* atau dapat disiarkan maupun disaksikan secara langsung pada sebuah peristiwa atau kejadian, media elektronik ini bersifat instan dibandingkan media cetak. Dalam penelitian ini menggunakan salah satu media sosial yang digunakan sebagai subjek bagi peneliti yaitu *youtube*.

1. Youtube

Youtube merupakan salah satu situs yang banyak dikunjungi oleh para pengguna internet di dunia. *Youtube* menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta video yang dibuat para pengguna *youtube* sendiri. Banyak orang

juga terkenal dari situs ini dengan hanya meng-upload video mereka di *youtube*. Bukan hanya itu saja situs *youtube* juga dapat digunakan sebagai sarana untuk memasarkan produk. Misalnya dengan meng-upload video usaha kita secara gratis ke *youtube*. Bukan hanya sebagai sarana hiburan, namun juga para pengguna *youtube* juga meng-upload video tutorial yang sangat berguna misalnya tutorial memainkan musik atau tutorial memainkan game sehingga tidak harus mengeluarkan biaya yang banyak. Sesuai realita yang ada banyak hal yang di timbulkan oleh *youtube* berita yang menjadi *headline* besar dan opini publik saat ini, *youtube* memberikan sebuah tontonan audio visual yang mampu memberikan berita dan informasi bagi khalayak luas. *youtube* juga merupakan sebuah komunitas berbagi video yang, berarti pengguna *youtube* bisa meng-upload dan melihat berbagai macam video klip online, menggunakan browser web apapun, Miller (Rohman & Husna, 2015: 2).

2. Analisis Resepsi

Dalam memaknai konsep menurut Hall & Doring (Waris, 2023: 16) menyatakan bahwa analisis penerimaan mengacu pada studi tentang makna, generasi, dan pengalaman khalayak dari interaksi dengan teks media. Inti dari teori adalah proses menguraikan, menjelaskan dan memahami konsep inti dari analisis resepsi. Dalam komunikasi massa, proses komunikasi dikonseptualisasikan sebagai suatu siklus atau siklus. Model ini telah dikritik karena bentuk liniernya (pengirim/pesan/penerima), menekankan tingkat pertukaran pesan dan tidak memiliki konsep terstruktur yang memperlakukan momen berbeda sebagai struktur hubungan yang kompleks. Berdasarkan pernyataan dapat disimpulkan bahwa analisis resepsi ialah salah satu pendekatan alternatif untuk memahami tentang khalayak dalam komunikasi massa

yang mengkaji mengenai penerimaan serta pemaknaan pesan oleh khalayak dan peran pesan yang diterima melalui media pada kehidupan sehari-hari. Awal mula analisis resepsi ini yaitu adanya asumsi bahwa makna yang terdapat di dalam media massa bukan hanya ada pada teks. Teks yang ada pada sebuah media massa akan memperoleh makna pada saat penonton melakukan penerimaan. Pada analisis resepsi ini khalayak dapat dikatakan sebagai produsen makna yang aktif, tidak hanya mendapat posisi sebagai konsumen pada media massa. Analisis resepsi berfokus kepada bagaimana khalayak yang memiliki perbedaan memaknai isi atau konten pada media tersebut, hal tersebut terjadi dikarenakan konten yang terdapat pada media massa selalu memiliki banyak makna yang diinterpretasikan, dalam sebuah proses pemaknaan khalayak akan mendefinisikan informasi yang diterima sesuai dengan sudut pandangnya.

Menurut Barker (Toni dan Fajariko, 2018: 155) khalayak merupakan pencipta aktif makna dalam kaitannya dengan teks, sebelumnya mereka membawa kompetensi kultural yang telah mereka dapatkan untuk dikemukakan dalam teks sehingga audien yang terbentuk dengan cara yang berbeda akan mengerjakan makna yang berlainan. Makna yang dibaca kritikus dalam teks kultural tidak sama dengan yang diproduksi oleh audien aktif atau pemirsa. Bahkan makna yang diperoleh pembaca yang satu tidak akan sama dengan makna yang diperoleh pembaca lain. Penjelasan tersebut menjelaskan bahwa isi dari *reception analysis* merupakan pesan yang disampaikan melalui media yang dapat dimaknai secara berbeda oleh penerima yang berbeda. Berdasarkan latar belakang yang berbeda dari setiap penerimanya seperti umur, pendidikan, hobi dan pengalaman yang berbeda-beda dapat membuat para remaja ini memaknai pesan secara berbeda pula.

Menurut Stuart Hall (Toni dan Fajariko, 2018: 155) ada tiga bentuk pemaknaan antara penulis dan pembaca dan bagaimana pesan itu dibaca di antara keduanya yaitu:

1. Pemaknaan Dominan (*Dominan Hegemonic Position*), posisi dimana kode yang disampaikan diterima secara umum dan dimaknai secara umum, Tidak terjadi perbedaan penafsiran antara produsen (penulis) dan konsumen (pembaca) pesan.
2. Pemaknaan Negosiasi (*Negotiated Code atau Position*), kode yang disampaikan produsen pesan ditafsirkan secara terus menerus diantara kedua belah pihak. Kode yang diterima khalayak tidak dibaca dalam pengertian umum, tetapi khalayak akan menggunakan kepercayaan dan keyakinan tersebut dan dikompromikan dengan kode yang disediakan oleh produsen pesan.
3. Pemaknaan oposisi (*Oppositional Code atau Position*), pemaknaan ini terjadi ketika konsumen teks memahami dan menandakan secara berbeda pesan, teks atau kode yang disampaikan oleh produsen dengan kerangka konsep dan ideologinya.

3. Feminitas

Perempuan tidak lepas dari bagaimana ia ditampilkan, perempuan harus feminin atau menunjukkan ciri feminitas. Secara sederhana feminitas adalah ciri yang harus dimiliki setiap anak perempuan. Menurut Wijngaarg (Biasini, 2018: 115) “*Femininity is a set of attributes, behaviors, and roles generally associated with girls and women. Femininity is often perceived as a social construct, which is made up of both socially defined and biologically created factors.*” Berdasarkan

pernyataan di atas, kita dapat melihat bahwa feminitas merupakan konstruksi yang diciptakan berdasarkan faktor sosial dan faktor biologis. Perempuan atau wanita dianggap harus memiliki feminitas yang sesuai dan pantas. Hal ini menurut Hollows (Biasini, 2018: 115) menyebabkan feminitas dianggap sebagai nilai dan perilaku feminin yang dipandang sebagai penyebab utama penindasan yang dialami perempuan. Sedangkan dalam bukunya, Brownmiller (Biasini, 2018: 115) menyatakan bahwa feminitas dapat dilihat dalam beberapa kategori yaitu tubuh, rambut, pakaian, suara, kulit, gerakan, emosi, dan ambisi.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa feminitas merupakan sebuah perilaku atau karakteristik seseorang yang diperankan atau ditampilkan, berbeda dengan jenis kelamin perempuan atau laki-laki secara biologis yang tidak dapat dirubah. Lemah lembut, bersuara halus, identik dengan kecantikan merupakan ciri yang melekat pada feminitas.

4. Maskulinitas

Maskulinitas dianggap sebagai identitas gender sosial budaya, sejarah dan politik. Hal ini mewakili interpretasi sosial dan budaya terhadap maskulinitas yang diperoleh melalui partisipasi dalam masyarakat. Pemahaman tentang maskulinitas dalam masyarakat modern juga menunjukkan bahwa feminitas merupakan perlakuan terhadap maskulinitas. Terbukti dengan adanya krisis yang dihadapi oleh laki-laki saat ini atau pekerjaan dan peran di masyarakat. Kimmel (Putri, 2022: 9) mengatakan bahwa maskulinitas adalah teori mengenai perilaku, peran sosial, dan makna tertentu yang melekat pada diri laki-laki pada saat tertentu. Connell (Putri, 2022: 9) mengemukakan maskulinitas ditempatkan dalam hubungan gender, yaitu

adat istiadat yang mengaitkan perempuan dan laki-laki juga dapat mempengaruhi keahlian fisik, karakteristik, dan budaya.

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa maskulinitas atau dapat juga disebut dengan kejantanan merupakan topeng atau peran yang terkait dengan perilaku anak laki-laki dan pria dewasa. Maskulinitas didefinisikan sebagai sebuah karakteristik bukan sebagai seorang dengan berjenis kelamin laki-laki secara biologis. Laki-laki maupun perempuan dapat bersifat maskulin dengan memiliki keberanian, kemandirian dan ketegasan seseorang dapat dikatakan sebagai maskulin karena hal tersebut merupakan ciri dari maskulinitas.

5. Kesetaraan Gender

Gender menurut Jary dan Jary, dalam Dictionary of Sociology para sosiolog dan psikolog menggangas bahwa gender lebih diartikan ke dalam pembagian "masculine" dan "feminine" melalui atribut yang melekat secara sosial dan psikologi sosial. Hal ini diperkuat oleh para antrolog yang menekankan bahwa gender bukan didefinisikan secara biologis tetapi secara sosial dan kultural. Gender dipandang secara kultural dan historis, seperti makna, interpretasi, dan ekspresi dari kedua varian gender diantara berbagai kebudayaan. Tentunya dipengaruhi faktor-faktor sosial, ekspresi dan pengalaman gender inilah yang memberikan fakta bahwa gender tidak dapat disamakan secara sederhana dengan jenis kelamin (seks) atau seksualitas, Saviana D. & Sulistyowati (Fibriyanti, 2020: 11).

Gender diartikan juga sebagai suatu konsep atau aturan budaya, yang menunjuk pada semacam konstruksi sosial melalui proses internalisasi dan sosialisasi untuk mewujudkan adat istiadat, sanksi, ciri, perilaku, dan norma laki-laki dan perempuan. Gender merupakan konstruksi sosial budaya yang memberi perbedaan pada karakteristik feminisme dan maskulin. Moore Abdullah (Putri, 2022: 8) berpendapat,

antara gender dan seks berbeda, begitu pula jenis kelamin perempuan dan laki-laki hanya biologis saja. Ilmuwan sosial telah mengusulkan istilah "gender" untuk menjelaskan perbedaan antara pria dan wanita dengan karakteristik bawaan (diciptakan oleh Tuhan) dan pola budaya (konstruksi sosial).

Makna Kesetaraan dalam kajian gender disebut juga dengan keadilan atau keseimbangan antara laki-laki dan perempuan dalam pembagian tugas, kesetaraan antara laki-laki dan perempuan dalam hal ini disebut dengan kesetaraan gender, maka

menurut Djohani (Sari, 2022) bahwa gender merupakan pembagian peran, kedudukan, dalam tugas antara laki-laki dan perempuan yang ditetapkan oleh masyarakat berdasarkan sifat perempuan dan laki-laki yang dianggap pantas menurut norma-norma, nilai-nilai, adat istiadat, kepercayaan atau keyakinan, dan kebiasaan masyarakat.

Dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa kesetaraan gender merujuk pada suatu keadaan dimana laki-laki dan perempuan dikatakan setara dalam pemenuhan hak dan kewajiban. Jenis kelamin laki-laki dan perempuan merupakan sebuah perbedaan biologis, yang mana perbedaan ini menjadi tuntutan sosial mengenai kepantasan berperilaku, hak, kuasa dan sebagainya. Sudah menjadi konstruksi sosial bahwasanya seorang perempuan bertanggung jawab akan pekerjaan di dalam rumah (domestik) sedangkan laki-laki bertanggung jawab akan pekerjaan diluar rumah (patriaki). Dengan adanya kesetaraan gender, konstruksi sosial tidak berlaku pada teori ini, karena kesetaraan gender memandang bahwa hak laki-laki dan perempuan itu sama. Konsep ini merujuk pada situasi dimana tidak ada individu yang ditolak aksesnya akan hak hak mereka dikarenakan jenis kelamin.

6. Ekspresi gender

Yunita & Udasmoro (Putri, 2022: 8) mengemukakan banyak yang mengasumsikan bahwa identitas gender bersifat tetap, padahal, selain representasi diri, identitas juga memiliki sifat sosial yang menunjukkan bahwa bentuk identitas bisa berubah bila berkaitan dengan beragam konteks sosial dan kebudayaan serta menurut ruang, waktu dan pemakaian dapat berubah maknanya. peralihan karakteristik tersebut dapat terjadi dari waktu ke waktu, satu tempat ke tempat lain, maupun kelas ke kelas lainnya dan segala hal yang dapat dipertukarkan antara ciri-ciri perempuan maupun laki-laki dapat disebut sebagai konsep gender. Oleh karena itu, terciptanya perbedaan gender berdasarkan banyak hal, diantaranya karena pembentukan sosialisasi, penakutan, bahkan konstruksi sosial atau budaya. Abdullah (Putri, 2022: 8) konstruksi sosial sudah muncul dan kecenderungan ini dijelaskan dengan memperlakukan realitas sebagai sesuatu yang terbentuk secara sosial. Dalam hal ini, konstruktivisme sosial menekankan bagaimana memahami dan menjelaskan realitas lingkungan serta pengalaman tentang sesuatu melalui aktivitas sosial.

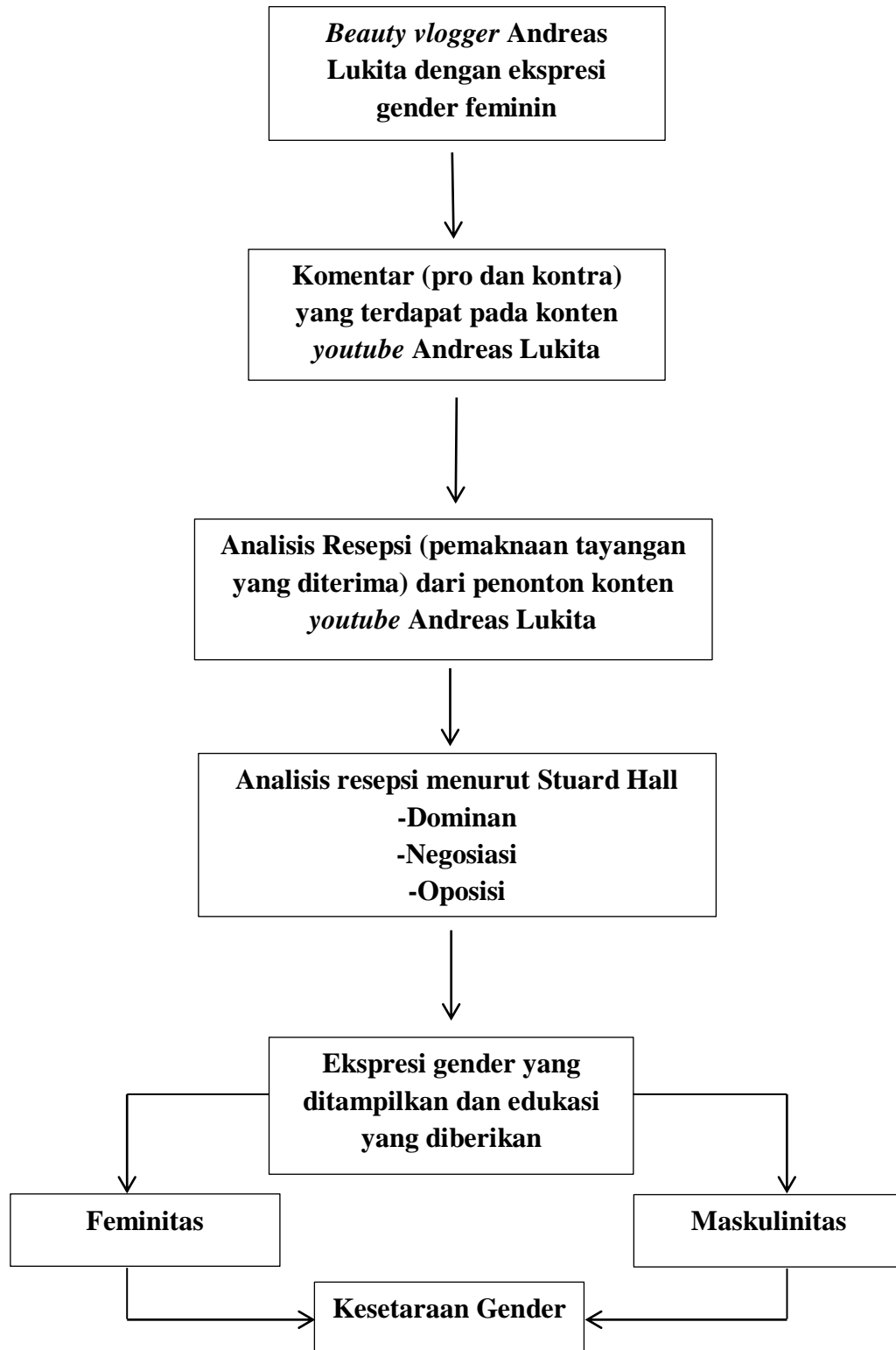
Ball mengatakan bahwa gender didefinisikan sebagai cara individu mengekspresikan seksualitasnya. Misalnya cara seorang laki-laki mengekspresikan seksualitasnya akan menentukan identitas gendernya. Hal ini dapat diterapkan pada semua individu. Menurut Morrow & Messinger ekspresi gender adalah cara seseorang secara lahiriah mengekspresikan gender mereka. Sistem ekspresi gender berdasar norma heteronormatif terdiri dari dua macam yang ditentukan berdasarkan jenis kelamin (Schilt & Westbrook) di mana laki-laki identik dengan ekspresi gender maskulin dan perempuan sebagai feminin, (Sumardiono, 2022: 95).

G. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah *beauty vlogger* laki-laki yang menjadi kerangka utama, yang digunakan oleh peneliti dengan bertujuan untuk menganalisis kesetaraan gender agar perempuan dan laki-laki memiliki kesetaraan dalam hak dan bebas berekspresi tanpa harus mengubah jenis kelamin.

Dari penelitian ini menghasilkan sebuah rumusan masalah yang dianalisis oleh peneliti yaitu resepsi gender dalam konten *beauty vlogger* laki-laki pada akun *youtube* Andreas Lukita. Permasalahan yang menjadi pemicu peneliti dalam menganalisis hal tersebut yaitu karena adanya komentar pro dan kontra yang terdapat pada konten *youtube* Andreas Lukita. Karena penonton memiliki pemaknaan yang berbeda pada tayangan yang diterima, oleh sebab itu peneliti menganalisis menggunakan teori kesetaraan gender yang mana peneliti melihat dari sisi feminitas dan maskulinitas yang menjadi pertimbangan atau sebagai pembantu dalam mencapai kesetaraan gender.

Gambar 1.1
Kerangka pikir



H. Metodologi Penelitian

1. Jenis/Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif. Menurut Moleong (2017 : 6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu yang pertama metode kualitatif lebih bisa dan mudah menyesuaikan apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, metode ini menyajikan hakekat hubungan antara peneliti dan informan secara langsung dan metode ini lebih peka. Yang ke dua penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya dianalisis secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan, Tanzeh & Suyitno (Musdalifah, 2021: 36).

2. Tempat, Lokasi atau Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara langsung menggunakan media massa *youtube* yang digunakan peneliti untuk menganalisis masalah serta mencari data yang diperlukan, selain itu peneliti melakukan penelitian secara langsung untuk melakukan wawancara, observasi serta hal-hal yang dibutuhkan pada saat penelitian guna mendapatkan data yang valid. Lokasi penelitian ini tersebar di berbagai daerah karena informan dari penelitian ini merupakan pengguna aktif media sosial yang

mengikuti *youtube* Andreas Lukita, yang akan dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

3. Data dan Sumber Data

a. Informasi (Narasumber/Informan)

Menurut Sugiyono (Aryanto, 2018: 30) menjelaskan tentang sumber informasi dalam penelitian kualitatif adalah informan atau narasumber yang berhubungan dengan permasalahan peneliti dan mampu menyampaikan informasi sesuai situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam penelitian kualitatif informan yang merupakan sumber data atau sumber informasi dapat disebut juga subjek peneliti, yang mana informan dapat memenuhi data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Subjek penelitian ini yaitu informan dengan memenuhi kriteria penelitian. Memiliki informasi, pandangan atau pemikiran yang mendalam mengenai peristiwa ataupun gejala sosial yang berhubungan atau menyangkut dengan masalah penelitian, selain itu informan dapat bersedia memberikan informasi terkait kepada peneliti. Dalam penelitian ini informan atau narasumber yang menjadi sebuah subjek penelitian memiliki kriteria khusus.

1. Informan memiliki banyak informasi terhadap permasalahan yang diteliti sehingga dapat menyampaikan informasi secara mendalam dan luas.
2. Informan mengikuti konten yang dibuat oleh Andreas Lukita sehingga paham betul mengenai peran yang diperankan Andreas Lukita pada konten yang dibuat.

3. Berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan sehingga peneliti memiliki informasi dari dua sudut pandang atau jenis kelamin yang berbeda.
4. Berusia 18-25 tahun karena pada usia remaja dengan rentang umur 18 hingga 25 tahun merupakan remaja yang aktif menggunakan media sosial.

b. Tempat/Peristiwa/Kejadian

Tempat yang berkaitan dengan permasalahan penelitian juga merupakan salah satu jenis sumber data, aktivitas yang akan diteliti dapat diketahui dan digali melalui lokasi penelitian seperti informasi mengenai kondisi, permasalahan, serta sejenisnya. Dan dengan mengamati sebuah peristiwa atau aktivitas, peneliti dapat menganalisis secara langsung terhadap informasi yang diterima. Pada penelitian ini, tempat kejadian atau peristiwa permasalahan yaitu terdapat pada konten *youtube* Andreas Lukita yang berupa komentar pro dan kontra menjadi sebuah permasalahan yang diakibatkan oleh sebuah kontruksi sosial pada gander. Karena Andreas Lukita merupakan seorang *beauty vlogger* laki-laki yang cukup terkenal di Indonesia, Andreas Lukita dijadikan sebagai objek penelitian untuk dianalisis karena pengaruhnya yang besar dalam dunia kecantikan, selain itu, kreativitas Andreas Lukita dalam menciptakan konten-konten menarik tentang kecantikan juga menjadi salah satu alasan mengapa ia dijadikan sebagai objek analisis penelitian ini.

c. Arsip Dokumen

Arsip dokumen dapat berupa tertulis seperti dokumen cetak dan file, serta dokumen tidak tertulis seperti video, gambar, benda peninggalan yang berkaitan dengan sebuah peristiwa tertentu. Pada penelitian ini, terdapat

beberapa arsip dokumen yang diperlukan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian yang berupa konten-konten yang telah dibuat oleh *youtuber* Andreas Lukita serta komentar-komentar penonton dalam menyampaikan pandangan pada konten *youtube* Andreas Lukita khususnya terkait tentang permasalahan yang akan diteliti yaitu mengenai gender.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk mendapatkan serta mengumpulkan data penelitian. Pengumpulan data merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data agar menjadi sistematis. Pengumpulan data juga harus valid dan benar agar dalam proses pendataan peneliti mendapatkan hasil yang sesuai dengan fakta lapangan. Dalam penelitian ini terdapat 4 tahapan yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu :

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dalam metode kualitatif yang dapat dilakukan baik secara individu ataupun kelompok. Wawancara pada penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan untuk memperoleh informasi secara detail dan didahului dengan beberapa pertanyaan oleh peneliti serta dijawab oleh informan. Wawancara dilakukan oleh peneliti dengan melakukan tanya jawab dengan informan melalui *google form*, dikarenakan sasaran pada penelitian ini merupakan pengikut konten *channel youtube* Andreas Lukita yang tidak didapatkan pada satu daerah tertentu. Sehingga peneliti

menggunakan jangkauan media secara luas, yang dapat diperoleh dari berbagai daerah di Indonesia.

2. Observasi

Observasi atau sebuah kegiatan untuk mengamati suatu objek penelitian merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti sebagai pengamat dan hasil temuan dijadikan sebuah informasi yang disampaikan melalui tulisan. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung berkaitan dengan resepsi gender dalam *beauty vlogger* laki-laki studi kasus pada akun *youtube* Andreas Lukita dari hal tersebut peneliti menganalisis mengenai kesetaraan gender yang ada pada konten *youtube beauty vlogger* yang diperankan oleh laki-laki.

3. Studi Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pelengkap penelitian kualitatif dari metode observasi dan wawancara. Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat serta menganalisis data yang berupa dokumen, arsip, gambar ataupun data lain yang diperlukan untuk mendukung penelitian serta pelengkap data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Peneliti menggunakan uji kepercayaan terhadap hasil penelitian menggunakan metode dokumentasi.

4. Studi Kepustakaan

Studi pustaka adalah kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan adalah proses membaca sejumlah referensi yang rata-rata berupa tulisan (baik buku, artikel, jurnal, dan lain-lain) yang nantinya dijadikan sebagai sumber rujukan untuk tulisan

yang disusun. Adanya referensi membantu mengembangkan tulisan, tidak hanya agar bisa real atau terasa efek nyatanya. Melainkan juga untuk menjadikan tulisan lebih berbobot atau lebih berkualitas, Sugiyono (Thesalonika, 2022: 25). Peneliti menggunakan referensi pada jurnal, artikel, buku atau sejenisnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian untuk dijadikan sebagai pembantu dalam pengembangan penelitian.

5. Teknik Sampling/Teknik Pemilihan Informan

Menurut Sugiyono (Putri, 2022: 15) pada penelitian kualitatif, teknik pemilihan penyedia informasi yang paling umum dipakai adalah *snowball sampling* dan *purposive sampling*. Dengan ini peneliti akan menggunakan teknik *snowball sampling*. Pengambilan *snowball sampling* (bola salju) mengacu pada metode identifikasi, pemilihan, dan pengambilan sampel dalam jaringan atau rantai hubungan yang berkelanjutan. Teknik pengambilan *snowball sampling* digunakan untuk menentukan bahwa informan diperoleh dengan cara berguling dari satu informan ke informan lainnya. Seorang informan memberikan saran atau informasi tentang calon informan berdasarkan kebutuhan penelitian.

Teknik pengambilan *snowball sampling* atau bola salju dianalogikan seperti layaknya bola yang berukuran kecil kemudian berubah menjadi bola yang lebih besar lagi, dan seterusnya. Teknik *snowball sampling* digunakan untuk menentukan bahwa informan diperoleh dengan cara bergantian dari satu informan ke informan lainnya. Dengan hal tersebut peneliti memastikan bahwa informan dapat bersedia memberikan informasi terkait kepada peneliti. Selain itu, informan paham mengenai pandangan gender yang ada pada permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti berhasil mendapatkan 11 informan melalui teknik sampling yang digunakan. Dari jumlah tersebut, terdapat 7 orang yang memenuhi kriteria dan mampu memberikan jawaban yang mendalam terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Dari ke-7 informan tersebut, terdiri dari 3 laki-laki dan 4 perempuan. Hal ini didasarkan pada hasil perolehan data yang telah dilakukan oleh peneliti.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah cara atau tahapan yang digunakan untuk mengolah data menjadi sebuah informasi yang valid dengan hasil wawancara, catatan lapangan ataupun dokumentasi yang disusun dengan sistematis, sehingga dapat dengan mudah dipahami. Data penelitian kualitatif diperoleh dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang beragam. Teknik analisis data penelitian menggunakan model Miles and Huberman, menurut Miles and Huberman (Palindri, 2018: 24) analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Miles dan Huberman menawarkan pola umum analisis dengan mengikuti model interaktif sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (Palindri, 2018: 25) Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan

pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, flowchart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu dalam penelitian Pengumpulan Penyajian Data, Data Reduksi, Data Kesimpulan/Verifikasi Sumber kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami, Sugiyono (Palindri, 2018: 25).

3. Penarikan Kesimpulan.

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (Palindri, 2018: 26) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru

yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

7. Teknik Triangulasi Data

Dalam pengujian kredibilitas data, peneliti menggunakan metode triangulasi. Menurut Sugiyono (Zuldafrial, 2021: 26) triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini menggunakan 2 metode triangulasi, yaitu terdapat triangulasi metodologis dan triangulasi data.

1. Triangulasi Metodologis

Menurut Mitchell (Winaryati, 2019: 132) triangulasi metodologis didefinisikan sebagai penggunaan lebih dari dua metode dalam mempelajari fenomena yang sama dalam penyelidikan. Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwa triangulasi metode merupakan teknik perbandingan data yang diperoleh dari wawancara, observasi maupun dokumentasi. Sebuah kombinasi dan aplikasi beberapa metode dianggap dapat meningkatkan konsistensi dan akurasi data dengan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang fenomena beberapa metode triangulasi digunakan dalam penelitian deskriptif, yang bertujuan agar data dapat diterima serta diakui kebenarannya.

2. Triangulasi Data

Triangulasi menggambarkan penggunaan beberapa sumber data dalam penelitian yang sama untuk tujuan validasi. Triangulasi data dapat digambarkan sebagai penggunaan beberapa sumber data untuk mendapatkan

pandangan yang berbeda tentang situasi dalam studi tunggal, Roberts & Taylor (Winaryati, 2019: 133).

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan media sosial yaitu *youtube* yang merupakan aplikasi berbagi video yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi video dengan disertai fitur komentar yang digunakan oleh penonton atau pengguna lain memberikan kritik, saran maupun pengalaman. Pada media sosial yang salah satunya yaitu *youtube*, pengguna dapat melakukan beragam cara dalam pengungkapan diri melalui video yang diunggah pada *youtube*. Salah satu alasan mengapa menggunakan platform *youtube* pada penelitian ini yaitu karena platform media sosial ini memungkinkan konten *beauty vlogger* Andreas Lukita dapat disajikan dalam durasi yang lebih panjang. Hal ini memungkinkan penonton untuk dengan jelas memahami kontennya dan menikmati setiap detail yang diberikan oleh Andreas Lukita sebagai *beauty vlogger*.

A. Sejarah Youtube

Dilansir dalam *dianisa.com youtube* merupakan situs web yang memberikan fitur bagi penggunanya untuk menyimpan, menonton serta membagikan video. *Youtube* merupakan sarana terbaik dalam berbagi video. Dengan semakin berkembangnya internet dan bertambahnya pengguna smartphone, pengguna media semakin bervariasi dalam pembuatan video. Secara umum video yang diunggah oleh individu atau sebuah organisasi disebut dengan konten kreator atau *youtubers*.

Youtube didirikan oleh chad hurley, steve chen, dan jawed karim yang merupakan mantan karyawan *Paypal* pada 14 Februari 2005. Situs dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya dan pertumbuhan *youtube* meroket di bulan Juli 2006 dengan lebih dari 65.000 video yang diunggah setiap harinya dan mencapai 100 juta

kunjungan dalam sehari. *Google Inc* membeli saham *youtube* pada Oktober 2006, oleh karena itu pada 2007 *youtube* sukses menempati posisi ke 3 Alexa setelah *Google* dan *Facebook*, hal tersebut membuat *youtube* semakin populer. (Arifin, 2020).

B. Perkembangan Youtube

Perkembangan internet yang semakin berkembang pesat, kini banyak memunculkan media-media baru yang disebut dengan media sosial. Dilansir dalam *kumparan.com* *youtube* merupakan penyedia utama untuk video online. Oleh karena itu perkembangan *youtube* sangatlah pesat, karena dengan adanya media online seperti *youtube* mempermudah pengguna media dalam mendapatkan informasi tanpa melalui televisi dan radio yang digunakan sebagai penyedia informasi pada zamannya. Video yang terdapat pada *youtube* merupakan sebuah karya yang diciptakan oleh perorangan ataupun organisasi yang berkecimpung pada bidang audio video. Dengan keberadaannya yang multifungsi, media sosial tidak hanya menjadi sebuah alat untuk berbagi informasi komunikasi, namun juga dapat menjadi sebuah alat yang menghasilkan keuntungan ekonomi, sehingga media sosial saat ini terus berevolusi. Oleh karena itu keberadaan *youtube* saat ini mulai menggeser televisi. *We Are Social* melaporkan, ada 2,51 miliar pengguna *youtube* pada Januari 2023. Dari jumlah tersebut, 139 juta pengguna *youtube* berada di Indonesia.

Banyaknya khalayak yang memahami mengenai konten *youtube*, maka semakin banyak pula ide-ide menarik sehingga dijadikan sebuah video pada *youtube*, oleh karena itu semakin banyak konten yang diunggah pada *youtube* setiap harinya dengan tema yang berbeda-beda. Dengan hal tersebut, konten berupa video pada media semakin diminati, salah satunya yaitu *beauty vlogger*. Dengan semakin

bertambahnya zaman, penampilan atau *beauty enthusiast* semakin banyak peminat. Perkembangan perawatan dan kecantikan saat ini semakin meningkat dikarenakan kesadaran seseorang baik perempuan ataupun laki-laki terhadap pentingnya perawatan. Oleh karena itu, hal tersebut membuat kreator video serta pemilik *brand* kecantikan menjadi lebih produktif dalam menghasilkan iklan menggunakan video, karena youtube menjadi sebuah sarana dalam menarik perhatian konsumen dengan pesan yang kreatif dan inovatif.

C. Konten Youtube

Istilah konten tentu sudah tidak asing bagi Anda yang berprofesi sebagai konten kreator atau pekerja di bidang digital marketing. Di internet, konten bisa ditemukan melalui berbagai saluran, seperti konten yang ada di website dan berbagai platform media sosial. Konten menjadi konsumsi warganet setiap hari dalam berbagai bentuk. Ada yang senang dengan konten yang menghibur, konten edukasi, konten yang menginspirasi, bahkan konten promosi, (Wicaksono, 2023).

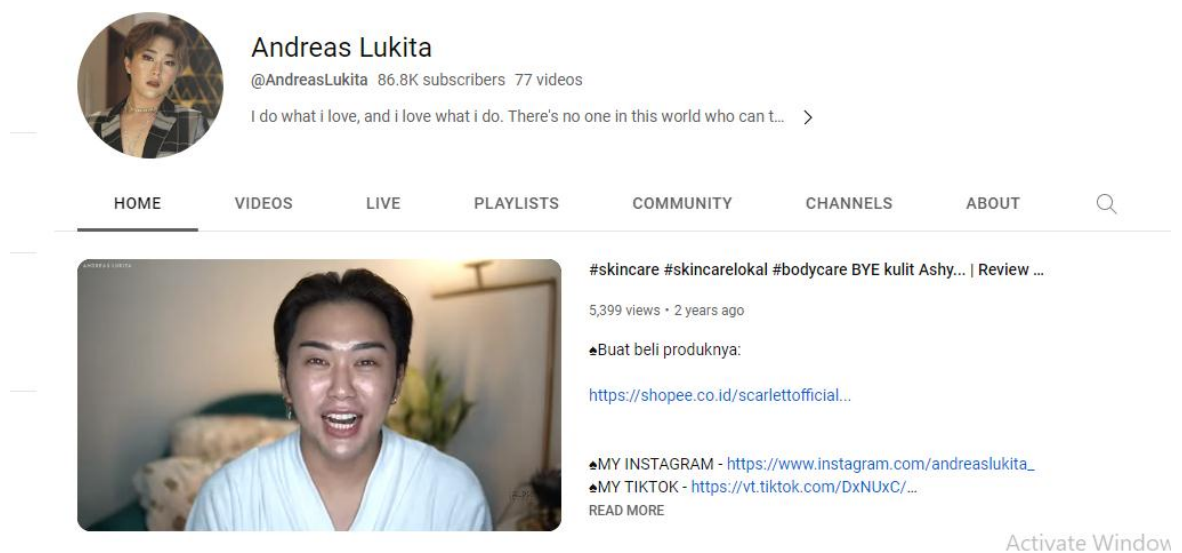
Youtube menjadi sebuah alat yang mewadahi berbagai macam konten, konten pada *youtube* dapat berupa sebuah video keseharian, *podcast*, hiburan, bahkan hingga berita-berita terbaru. Menurut kbpi konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten *youtube* disebut juga dengan konten digital, yang menyalurkan informasi dan komunikasi dengan sebuah media yang bertujuan untuk khalayak luas secara tidak langsung. Semakin bertambahnya jumlah pengguna media dan semakin canggihnya teknologi semakin banyak pengguna yang memanfaatkan *youtube* sebagai media penyebaran informasi, penyaluran hobi, bahkan hingga sebagai sumber penghasilan. Semakin berkembangnya industri kecantikan, mendorong kemajuan konten kreator dalam bidang *beauty vlogger*.

Beauty vlogger menjadi salah satu sumber referensi dalam mencari edukasi perawatan dan kecantikan bagi perempuan ataupun laki-laki.

D. Akun Youtube Andreas Lukita

Gambar 2.1

Akun Youtube Andreas Lukita

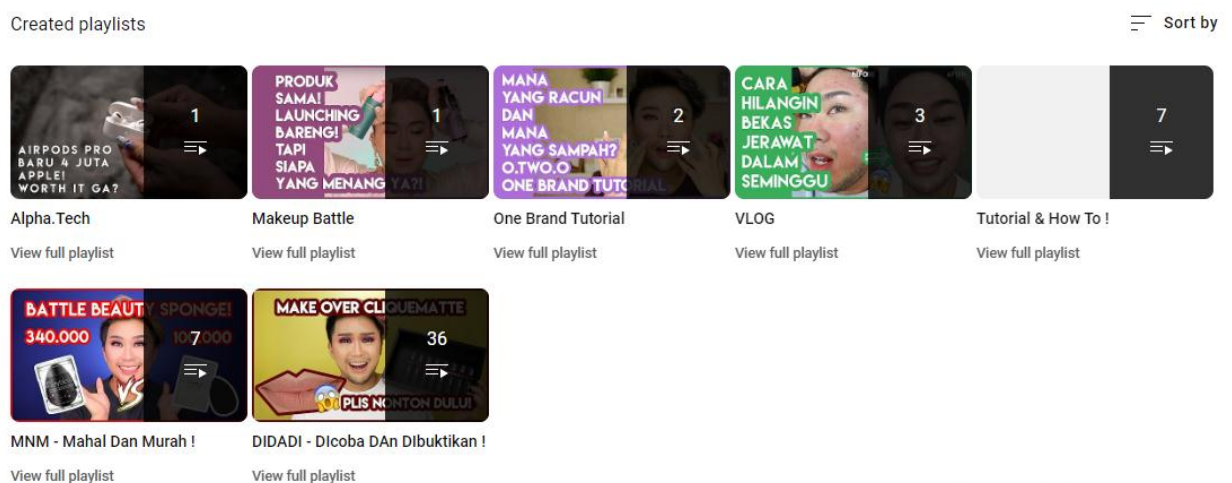


Andreas Lukita atau sering disebut juga dengan Alpha Makeup merupakan seorang laki-laki yang berprofesi sebagai *makeup* artist yang juga seorang *beauty vlogger* atau *beauty influencer* di Indonesia. Andreas Lukita memiliki *channel* youtube yang dibuat pada 4 September 2016 lalu, dan saat ini ia telah memiliki 86,800 *subscriber* serta memiliki 77 video yang telah diunggah dengan berbagai kategori yang dibuat sesuai dengan tema atau kategori yang berbeda. Seiring dengan berkembangnya teknologi saat ini yang semakin canggih dan semakin banyak menyajikan beragam sosial media, selain *channel youtube* Andreas Lukita memiliki akun *instagram* dengan 109,000 *followers* dan 1.043 postingan yang berisi mengenai kesehariannya seperti liburan, *fashion* hingga tutorial *makeup*, dan memiliki akun

tiktok dengan 415,800 pengikut dan 376 postingan yang berupa video tutorial *makeup* dan sebagainya sesuai dengan temanya yaitu mengenai kecantikan dan perawatan. Andreas Lukita memiliki beberapa akun media sosial yang berisi mengenai video dengan tema yang sama yaitu kecantikan perawatan serta keseharian salah satunya yaitu *youtube*. *Youtube* merupakan alat yang digunakan oleh Andreas Lukita untuk menjelaskan dan membagikan video dengan fungsi yang sama seperti media sosial lainnya yaitu *instagram* dan *tiktok* namun *youtube* memiliki durasi yang lebih panjang dibanding media sosial lain. Pada akun *youtube* Andreas Lukita memiliki beberapa kategori yaitu:

Gambar 2.2

Kategori Konten Andreas Lukita



1. Alpha.Tech

Merupakan salah satu kategori video yang berisi mengenai penjelasan tentang teknologi elektronik, sama seperti *review* sebuah produk yang pernah digunakan serta pengalaman menggunakan suatu produk.

2. *Makeup Battle*

Merupakan kategori vidio yang membahas mengenai *battle* produk kecantikan yang memberikan penjelasan serta pengalaman menggunakan dua produk dalam satu waktu yang sama.

3. *One Brand Tutorial*

One brand tutorial merupakan penjelasan mengenai satu produk *makeup* atau satu *brand makeup* yang digunakan dalam satu waktu dan disertai dengan cara penggunaannya.

4. *Vlog*

Merupakan sebuah vidio yang menunjukkan kegiatan keseharian yang dilakukan oleh Andreas Lukita serta menunjukkan beberapa informasi terkait kegiatan yang dilakukan, menunjukkan secara langsung kepada penonton mengenai kegiatan yang sedang dilakukan.

5. *Tutorial & How To!*

Vidio yang menjelaskan mengenai cara penggunaan serta fungsinya pada kebutuhan-kebutuhan tertentu. Vidio tutorial ini dapat disebut juga vidio pembelajaran.

6. MNM – Mahal Dan Murah

Pada kategori ini berisi vidio terkait sebuah perbandingan produk satu dengan yang lain. Perbandingan antara produk dengan harga mahal dan murah yang memiliki fungsi yang sama sebagai bahan bagi penonton untuk melihat atau menyaksikan produk tersebut ketika digunakan.

7. DIDADI – Dicoba dan dibuktikan!

Kategori ini berisi mengenai vidio *review* yang merupakan sebuah ulasan terhadap suatu produk yang pernah dicoba, selain itu dapat berisi mengenai

cara pakai, reaksi saat menggunakan produk, komentar ataupun rekomendasi terhadap sebuah produk.

Selain *youtube*, ada pula *instagram* yang menjadi alat untuk membagikan sebuah video maupun berupa foto yang dibagikan memiliki sebuah tema yang sama dengan video pada akun *youtube*-nya, namun pada akun *instagram* ia lebih banyak mengunggah foto serta video kesehariannya bersama teman-temannya serta momen liburan. Serta *tiktok* yang merupakan media baru dibandingkan *youtube* dan *instagram*, dengan video yang memiliki tema sama yaitu membahas terkait kecantikan dan perawatan. Namun berbeda dengan *instagram* dan *tiktok* yang memiliki durasi sangat singkat dibanding *youtube*.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Resepsi pengikut konten Andreas Lukita ialah sebagai ruang ekspresi yang didapat dari pemaknaan penonton terhadap fenomena *beauty vlogger* laki-laki yang diperankan oleh Andreas Lukita. Perkembangan media yang membawa *beauty vlogger* laki-laki dan resepsi gender terhadap ekspresi gender dalam konteks kesetaraan gender.

Dengan adanya *beauty vlogger* laki-laki yang mengadopsi ekspresi feminin, media telah memainkan peran penting dalam mengubah paradigma konvensional tentang apa yang dianggap "cocok" atau "normal" bagi laki-laki. Fenomena ini telah memberikan kontribusi signifikan dalam melihat kesetaraan gender dengan cara memperluas persepsi masyarakat tentang identitas dan ekspresi gender.

Setiap orang berhak mengekspresikan identitas gendernya sesuai dengan keinginannya, ekspresi gender hanyalah sebuah penampilan yang ditampilkan oleh seseorang tanpa merubah jenis kelamin yang sesungguhnya berbeda dengan LGBT. Gender dikonstruksi secara sosial bukan jenis kelamin yang dibawa sejak lahir. Oleh karena itu, bukan suatu masalah untuk seseorang berekspresi sesuai dengan yang ditampilkan karena setiap orang memiliki kebebasan untuk mengekspresikan dirinya tanpa dibatasi oleh stereotip gender, serta memiliki hak untuk menentukan bagaimana mereka ingin mengekspresikan dirinya tanpa takut dicemooh atau dikucilkan.

Berdasarkan analisis resepsi menurut Stuart Hall yang terdiri dari tiga pemaknaan, yaitu pemaknaan dominan, negosiasi, dan oposisi, pemaknaan muncul dari cara pandang yang berbeda. Dengan kemunculan *beauty vlogger* berjenis kelamin laki-laki saat ini sudah mulai diterima oleh penonton sehingga mengakibatkan sebuah keterbukaan gender, namun belum sepenuhnya. Ditandai dengan persentase pemaknaan dominan yang memiliki jumlah lebih banyak dibandingkan dengan pemaknaan negosiasi, dan oposisi.

B. Saran

Penelitian mengenai isu gender yang menganalisis persoalan kesetaraan gender pada laki-laki di Indonesia yang saat ini masih cukup jarang ditemui, dengan kemajuan zaman dan teknologi informasi komunikasi pada media sosial memungkinkan lebih banyak *beauty vlogger* laki-laki dan keterbukaan gender dalam persoalan ini. Tentunya dengan fenomena serupa dapat mengeksplere dan mengkaji lebih banyak persoalan gender yang serupa serta lebih mendalam lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul, Y. (2023) *Studi Pustaka: Pengertian, Tujuan, Sumber, dan Metode*, *deepublishstore.com*. Available at: <https://deepublishstore.com/blog/studi-pustaka/>.
- Arifin, R.D. (2020) *Pengertian YouTube – Sejarah, Fitur, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan*, *dianisa.com*. Available at: <https://dianisa.com/pengertian-youtube/>.
- Aryanto, U. (2018) *Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian, Metode Penelitian*. Available at: [http://repository.stei.ac.id/8208/4/BAB 3.pdf](http://repository.stei.ac.id/8208/4/BAB%203.pdf).
- Biasini, N. (2018) *Pergeseran Representasi Feminitas dalam Film Animasi Disney Princess*. Available at: https://ojs.upj.ac.id/index.php/journal_widya/article/view/113.
- Damayantie, M.A. and Aviandy, M. (2022) 'Representasi Stereotipe Gender Pada Beauty Influencer Pria di Rusia', *Jurnal Ilmu Sosial, Seni, Desain dan Media*, 1(2), pp. 34–55. Available at: <https://ejournal.ikreasia.com/index.php/rjissdm/article/view/18>.
- Dopita, E. (2020) *Cerita Alpha Makeup, Alami Makeup Shaming*, *beautynesia.id*. Available at: <https://www.beautynesia.id/life/cerita-alpha-makeup-alami-makeup-shaming-hingga-disuruh-jadi-transgender/b-136080>.
- Fibriyanti, I. (2020) *Implementasi Kesetaraan Gender Dalam Pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri Kota*, *Journal Insan Cendekia*. Available at: <http://etheses.iainkediri.ac.id/id/eprint/1634>.
- Habibah, A.F. and Irwansyah (2021) 'Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru', *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), pp. 350–363. Available at: <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>.
- Haryanto, N. (2017) *Konstruksi Identitas Gender Beauty Vlogger Laki-Laki pada Youtube*. Available at: [https://repository.unair.ac.id/69243/3/JURNAL_Fis.K.11 18 Har k.pdf](https://repository.unair.ac.id/69243/3/JURNAL_Fis.K.11%2018%20Har%20k.pdf).
- Inayah,S, Amalia.N.T and Krismono (2022) 'Tinjauan Aksi Kesetaraan Gender (Uii Career Centre) Terhadap Karir Alumni Dengan Pendekatan Sustainable Development Goals Dan Fiqh Muamalah', *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 4(2), pp. 1114–1127. Available at: <https://doi.org/10.20885/tullab.vol4.iss2.art7>.

- KBBI (2023) *Arti kata konten - Kamus Besar Bahasa Indonesia(KBBI) Online*, *kbbi.web.id*. Available at: <https://kbbi.web.id/konten>.
- Liedfray, T., Waani, F.J. and Lasut, J.J. (2022) *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara*, *Jurnal Ilmiah Society*. Available at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/38118>.
- Musdalifah, M. (2021) *BAB III METODE PENELITIAN*. Available at: [http://repository.iainpare.ac.id/2650/4/16.2400.065 BAB 3.pdf](http://repository.iainpare.ac.id/2650/4/16.2400.065%20BAB%203.pdf).
- Palindri, L. (2018) *Bab iii metoda penelitian*. Available at: <http://repository.stei.ac.id/1270/>.
- Pradhita, K.R. and Junaedi, F. (2019) 'Resepsi Audiens Terhadap Transgender dalam Film Dokumenter Bulu Mata', *Channel Jurnal Komunikasi*, 7(2), pp. 105–114. Available at: <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/view/13167>.
- Putri, S.M.N. (2022) *Resepsi Maskulinitas Terhadap Pria Dalam Konten Youtube Outfir Ideas Jovi Adhiguna Dan Andreas Lukita*. Available at: <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/41647>.
- Rizki.M.T (2020) *Sejarah dan Perkembangan Youtube Hingga Banyak Orang Ingin Menjadi Youtuber*, *kumparan.com*. Available at: <https://kumparan.com/muhammad-rizki-t/sejarah-dan-perkembangan-youtube-hingga-banyak-orang-ingin-menjadi-youtuber-1usIv0xwvOr>.
- Rohman, J.N.A. and Husna, J. (2015) *Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi : Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro*. Available at: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23037>.
- Sadya, S. (2023) *Daftar Negara Pengguna Youtube Terbesar Awal 2023, Ada Indonesia*, *dataindonesia.id*. Available at: [https://dataindonesia.id/internet/detail/daftar-negara-pengguna-youtube-terbesar-awal-2023-ada-indonesia#:~:text=We Are Social melaporkan%2C ada,pengguna YouTube berada di Indonesia](https://dataindonesia.id/internet/detail/daftar-negara-pengguna-youtube-terbesar-awal-2023-ada-indonesia#:~:text=We%20Are%20Social%20melaporkan%20ada,pengguna%20YouTube%20berada%20di%20Indonesia).
- Salsabila, A. (2019) *Karakteristik Penelitian Ilmu Komputer . Cetakan Pertama*, Sleman: DEEPUBLISH. Available at: [http://repository.unas.ac.id/5917/3/BAB II.pdf](http://repository.unas.ac.id/5917/3/BAB%20II.pdf).

- Sari, H.P. (2022) *Ketidaksetaraan Gender dalam Masyarakat Patriaki, Suyanto.id*. Available at: <https://suyanto.id/ketidaksetaraan-gender-dalam-masyarakat-patriaki/>.
- Shilvina, W. (2023) Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Jutaa pada 2023, *dataindonesia.id*. Available at: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.
- Simaibang, E.W.A.A.B. (2019) ‘Representasi Male Feminist oleh Aliansi Laki-laki Baru di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Laki-laki Feminis oleh Aliansi Laki-laki Baru di Twitter @lakilakibaru)’, *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), pp. 1–21. Available at: <https://doi.org/10.23969/linimasa.v2i2.1685>.
- Sumardiono, N. (2022) *Representasi identitas gender influencer laki-laki dengan ekspresi gender feminin di Instagram, Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*. Available at: <https://doi.org/10.30813/bricolage.v8i1.3056>.
- Thesalonika, V. (2022) *BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1*. Available at: [https://repository.poltekkes-tjk.ac.id/id/eprint/3175/6/BAB II.pdf](https://repository.poltekkes-tjk.ac.id/id/eprint/3175/6/BAB%20II.pdf).
- Toni, A. and Dwi, F. (2018) *Studi Resepsi Mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana Pada Film Journalism “Kill The Messenger”*, *Jurnal Komunikasi*. Available at: <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.161>.
- Triswidiastuty, S. and Kahija, Y.F. La (2015) *Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual, Jurnal EMPATI*. Available at: <https://doi.org/10.14710/empati.2015.14892>.
- Ubaidah, A.N. (2018) *Alasan Mengapa Konten Digital Penting Bagi Bisnis Anda, Logique*. Available at: <https://www.logique.co.id/blog/2018/02/27/konten-digital-penting-bagi-bisnis/>.
- Waris, N.N.A. (2023) *ANALISIS RESEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS HASANUDDIN TERHADAP IKLAN LAYANAN GOJEK J3K*. Available at: [http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/26070/2/E021171308_skripsi_06-02-2023_BAB 1-2.pdf](http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/26070/2/E021171308_skripsi_06-02-2023_BAB%201-2.pdf).
- Wicaksono, P. (2023) *Mengenal Arti Konten dan Jenis-jenisnya, qubisa.com*. Available at: <https://www.qubisa.com/article/arti-konten-dan-jenis-konten>.

Winaryati (2019) *Triangulasi, Action Research dalam Pendidikan (Antara Teori dan Praktek)*. Available at: <http://repository.unimus.ac.id/3601/>.

Zuldafrial (2021) *Mengungkap Dampak Coivd-19 Pada Pelaku UMKM Kuliner (Studi Kasus: UMKM Kuliner Di Wilayah Rawamangun)*. Available at: <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4853>.

LAMPIRAN

Panduan Wawancara Perempuan

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

1. Sejak kapan saudara mengetahui/mengikuti konten-konten perawatan dan kecantikan pada akun Andreas Lukita?
2. Bagaimana pandangan saudara mengenai gaya feminin(keperempuanan) atau maskulin(kejantanan) yang diperankan Andreas Lukita dalam kontennya?
3. Andreas Lukita membuat konten kecantikan serta perawatan, yang biasanya hal tersebut dilakukan oleh perempuan. Oleh karena itu, bagaimana jika laki-laki diposisikan sama seperti perempuan (pembuatan konten kecantikan dan perawatan), setujukah? sertakan alasannya
4. Apakah dalam pembuatan video yang terkait dengan kecantikan, faktor jenis kelamin menjadi prioritas? sertakan alasan.
5. Apakah saudara sebagai perempuan merasa terbantu dengan adanya konten Andreas Lukita terkait tips dan tutorial makeup, perawatan maupun kecantikan?
6. Adakah dampak positif atau negatif pada konten yang diperankan Andreas Lukita terhadap penonton? sertakan alasan

Panduan Wawancara Laki - Laki

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

1. Sejak kapan saudara mengetahui/mengikuti konten-konten perawatan dan kecantikan pada akun Andreas Lukita?
2. Bagaimana pandangan saudara mengenai gaya feminin(keperempuanan) atau maskulin(kejantanan) yang diperankan Andreas Lukita dalam kontennya?
3. Andreas Lukita membuat konten kecantikan serta perawatan, yang biasanya hal tersebut dilakukan oleh perempuan. Oleh karena itu, bagaimana jika laki-laki diposisikan sama seperti perempuan (pembuatan konten kecantikan dan perawatan), setujuakah?
4. Apakah dalam pembuatan video yang terkait dengan kecantikan, faktor jenis kelamin menjadi prioritas? sertakan alasan.
5. Apakah saudara sebagai laki-laki merasa terbantu dengan adanya konten Andreas Lukita terkait tips dan tutorial makeup, perawatan maupun kecantikan?
6. Adakah dampak positif atau negatif terhadap konten yang diperankan Andreas Lukita terhadap penonton? sertakan alasan

LAMPIRAN

Hasil Wawancara

Andhika sebagai informan 1:

“Saya mengikuti konten Andreas Lukita sekitar sebelum tahun 2022 karena konten Andreas Lukita sering kali muncul pada beranda youtube saya ketika saya sedang mencari referensi mengenai perawatan. Menurut saya, jika dilihat dari cara berpakaian atau penampilan beliau lebih ke arah feminim. jadi menurut saya pandangan dari saya sebagai seorang laki-laki, tidak seharusnya laki-laki berpenampilan seperti itu. karena dengan berpenampilan seperti perempuan, bisa membuat pandangan yang agak menyimpang dari yang semestinya. Yang disebut dengan seseorang berkepribadian ganda atau pria androgini

Menurut saya faktor jenis kelamin tidak menjadi masalah dan batasan dalam pembuatan konten. jadi setuju - setuju saja jika seorang pria membuat konten yang berisi tentang perawatan. Karena menurut saya semua orang berhak atas hak-nya dan ekspresinya masing-masing. dan tidak sedikit juga laki-laki yang justru lebih mahir terkait perawatan wajah, make up dan sebagainya.

Menurut saya dalam konten *beauty vlogger* yang diperankan oleh Andreas Lukita ini cukup membantu, karena menurut saya tidak hanya perempuan saja yang memerlukan perawatan wajah, laki-laki juga memerlukan edukasi terkait perawatan. Dalam konten dan ekspresi yang ditampilkan tentu saja memiliki sisi positifnya kita sebagai makhluk hidup tumbuh sesuai dengan perkembangan jaman, contohnya dengan adanya media sosial kita sebagai pengguna media tentunya ditunjukkan dengan adanya perkembangan zaman dengan munculnya gaya fashion, munculnya produk viral dan sebagainya. Dan yang kita semua tau, bahwsannya media itu merupakan pengaruh bagi penggunanya. Dan dengan adanya *beauty vlogger* yang diperankan oleh Andreas Lukita sebagai seorang laki-laki, saya merasa terbantu atas konten yang di buat oleh beliau. bahasa yang di gunakan juga sangat mudah untuk dipahami. jadi saya sebagai penonton juga merasa mudah untuk menerapkan beberapa tutorial yang di jelaskan oleh beliau”
27/06/23

Setya sebagai informan 2:

“Saya mengenal konten Andreas Lukita sejak saya lulus SMA yaitu pada tahun 2020. Menurut saya tidak ada masalah jika seorang laki-laki memiliki gaya feminin seperti yang ditampilkan oleh Andreas Lukita dalam menjelaskan edukasi mengenai perawatan dan kecantikan, karena bagi saya edukasi yang beliau bagikan lah yang terpenting.

Menurut saya lebih tepatnya bukan pada faktor jenis kelamin, tetapi lebih ke look privilege, baik gender laki/perempuan selama pandai dalam menerangkan suatu produk kecantikan, look oke dan mempunyai skill komunikasi yang baik, knowledge dan skill yang banyak perihal skincare dan makeup why not? Saya rasa dengan adanya *beauty vlogger* laki-laki dapat membantu mematahkan stereotype tabu yang ada dimasyarakat sehingga banyak laki-laki yang mulai peduli untuk merawat kulit dan penampilannya. Bukankah ini suatu perubahan yang positif?

Diluar dari ekspresi yang ditampilkan Andreas Lukita, dari konten yang dibagikan, saya bisa mengetahui banyak *hidden gems beauty product* yang belum pernah saya dengar darimanapun dan menurut saya negatif effect nya *so far* belum ada ya. Jujur beliau merupakan kiblat banyak *beauty enthusiast* baik laki-laki maupun perempuan, tidak banyak drama yang menimbulkan kontra seperti emil mario CS.” 28/06/23

Zenonza sebagai informan 3:

“Kurang lebih satu tahun saya mengikuti konten Andreas Lukita tentang perawatan. Menurut saya sebagai penonton konten Andreas Lukita, tidak mempersalahkan mengenai gaya yang dipertontonkan oleh dia sebenarnya hal ekspresi yang ditampilkan malah menjadi sebuah branding buat dirinya atau menjadi ciri khas.

Saya setuju jika pembuatan konten kecantikan dan perawatan itu juga menormalisasikan kaum laki-laki karena perawatan itu tidak hanya diperuntukkan kepada perempuan saja, laki-laki juga memerlukan edukasi mengenai perawatan.

Dalam konten yang dibagikan oleh Andreas Lukita saya merasa terbantu, tetapi tidak semua konten yang dibagikan Andreas Lukita itu dapat dikonsumsi oleh laki-laki, karena pasarnya atau sasarannya memang bukan hanya untuk laki-laki saja, tetapi juga untuk perempuan. Menurut saya kita sebagai penonton dapat menambah pengetahuan mengenai perawatan diri. Namun menurut saya penampilan dan perilaku yang ditampilkan itu lebih menjurus ke arah feminin padahal Andreas Lukita itu merupakan seorang laki-laki.” 29/06/23

Mileni sebagai informan 4:

“Pada tahun 2021 saya mengikuti konten perawatan dan makeup Andreas Lukita. Menurut pendapat saya gaya feminin yang ditampilkan Andreas Lukita merupakan gaya yang wajar untuk mengekspresikan diri mereka dan tidak bergantung pada jenis kelamin. Setiap orang memiliki hak untuk mengekspresikan diri sebagaimana mereka inginkan, tanpa harus terikat pada gender.

Menurut pendapat saya setuju, karena minat dan penampilan diri tidak bergantung pada jenis kelamin. Setiap individu memiliki hak dan kebebasan untuk mengekspresikan diri mereka sebagaimana mereka inginkan. Jika seorang laki-laki tertarik untuk terlibat dalam pembuatan konten kecantikan dan perawatan, mereka sebaiknya dihormati dan didukung dalam minat mereka. Dalam membuat konten kecantikan dan perawatan tidak secara eksklusif ditujukan untuk perempuan saja. Seiring berjalannya waktu, peran gender dalam hal ini semakin terbuka.

Saya sebagai perempuan merasa sangat terbantu dengan adanya konten kecantikan serta perawatan yang dibagikan oleh Andreas Lukita. Pada konten yang dibagikan terdapat dampak positif yang dapat diambil pada konten tersebut yaitu dapat memberikan informasi yang berguna tentang cara merawat diri, penggunaan produk yang tepat, dan teknik yang efektif.” 27/06/23

Mayninda sebagai informan 5:

“Di tahun 2022 saya mengikuti konten Andreas Lukita dengan kontennya yang berisi tentang perawatan dan kecantikan. Mengenai gaya feminin yang ditampilkan oleh Andreas Lukita menurut saya bisa aja si dan saya tidak merasa terganggu akan hal itu, saya sebagai perempuan malahan kagum karena laki-laki bisa make up sebagus itu.

Adanya konten *beauty vlogger* yang diperankan oleh Andreas Lukita sebagai laki-laki saya setuju aja si mengenai hal tersebut, karena bisa mengeksplorasi dirinya sendiri termasuk bentuk kecintaan pada diri sendiri dengan membuat konten make up yang merupakan keahliannya dan hobinya. Dan jenis kelamin tidak menjadi sebuah prioritas dalam pembuatan konten yang berbau kecantikan dan perawatan.

Konten edukasi kecantikan dan perawatan yang dibagikan sangat membantu, jadi saya pribadi bisa ikut belajar cara make up, tau produk-produk make up yg bagus. Bahkan banyak segi positifnya si menurut saya dan di balik konten make up nya juga menghibur.” 26/06/23

Nadhia sebagai informan 6:

“Saya menonton dan mengikuti konten Andreas Lukita kurang lebihnya satu tahun belakangan ini, Gaya yang ditampilkan Andreas Lukita masih tergolong wajar selayaknya laki-laki namun lebih feminin. Gaya feminin sebenarnya masih wajar dan dapat diterima selama masih di kondratnya dan tidak merugikan orang lain. Selain itu, karena memang tuntutan pekerjaan dalam hal ini mengenai kecantikan sehingga gaya feminin menurut saya masih dapat diterima.

Saya Setuju jika faktor jenis kelamin tidak menjadi tolak ukur seseorang dalam melakukan sebuah kegiatan yang dianggap tidak wajar dari gender semestinya. karena tidak semua gender dapat melakukan hal tersebut (*beauty vlogger*), karena yang menjadi concern dalam menonton konten kecantikan khususnya make up yaitu teknik dan review produknya.

Karena dengan konten yang berisi tentang review, tutorial dan bahan tips mengenai kecantikan atau perawatan saya merasa terbantu. Dan menurut saya terdapat sisi positif yaitu dapat mengambil/menyerap ilmu atau tips-tips yang disampaikan beliau.” 26/06/23

Alvi sebagai informan 7:

“Sebenarnya saya mengikuti konten vidio yang di buat Andreas Lukita dari awal tahun 2022, jadi kurang lebih sekitar satu tahunan lalu. Menurutku si tergantung konten, kalau soal gaya yang ditampilkan oleh Andreas Lukita yang berekspresi feminin ini termasuk hal yang wajar karena disini konten yang dibagikan merupakan konten *beauty vlogger*.

Menurut saya kalau buat konten atau edukasi seperti tutorial dan sejenisnya jenis kelamin tidak menjadi masalah si, tetapi hanya sebagai konten, pekerjaan semata atau sebagai hobi dan seni saja, bukan untuk kehidupan sehari hari.

Konten yang berisi kecantikan atau perawatan biasanya memang dilakukan oleh perempuan, namun disini Andreas Lukita mencoba membuktikan bahwa laki-laki juga bisa. Saya pribadi merasa bahwa kontennya membantu banyak orang, salah satunya saya. Namun menurut saya penampilan keperempuanan yang diperankan Andreas Lukita pada kontennya mengundang banyak pandangan negatif dan bahkan ada yang memandang bahwa Andreas Lukita dianggap seperti seorang banci karena penampilannya.” 27/06/23