



Redefinisi Konsep Maskulinitas Laki-Laki Pengguna Perawatan Kulit Di Klinik Kecantikan Armina Desa Robayan Jepara

Nur Awaliya Maulida, Antari Ayuning Arsi, Moh. Yasir Alimi

Jurusan Sosiologi Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Januari 2018

Disetujui Februari 2018

Dipublikasikan Oktober 2018

Keywords:

*Care; Male;
Masculinity,*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya fenomena menarik bahwa perawatan yang identik dengan perempuan, saat ini juga dilakukan laki-laki sehingga muncul redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina Desa Robayan Jepara. Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kualitatif. Lokasi penelitian berada di klinik kecantikan Armina, tepatnya di Jalan Raya Welahan Gotri RT.24 RW.03 Desa Robayan Jepara. Penelitian ini dianalisis menggunakan Konsep Maskulinitas yang dikaitkan dengan konsep Chafez mengenai area maskulinitas dalam masyarakat. Hasil penelitian yaitu terdapat tiga aspek yang mengalami redefinisi konsep maskulinitas. Ada aspek yang tetap, redefinisi, dan penguatan. Terkait aspek yang tetap terjadi pada aspek fisik. Kemudian aspek yang mengalami redefinisi terjadi pada aspek penampilan, aspek sikap, aspek perilaku, dan aspek karakter, serta aspek yang mengalami penguatan terjadi pada aspek fungsional. Pada aspek fungsional yang diinginkan tidak sekedar bekerja saja, melainkan pekerjaan yang mapan supaya semua kebutuhan hidup terpenuhi.

Abstract

This research is based on a unique phenomenon which a care done by women, currently done by male so that appears redefinition of masculinity concept for male. The purpose of the research is to know the definition of concept masculinity in the male who use the skin care in the clinic beauty Armina in the villages Robayan Jepara. This study using the qualitative research. The location of the study were in the clinic beauty Armina, precisely at Jl. Raya Welahan Gotri RT.24 RW.03 in the villages Robayan Jepara. This study analyzed using the concept of the masculinity associated with the concept of Chafez about the area of masculinity in the community. The result of the research is there are three aspects that have redefined the concept of masculinity. The aspects is a fixed aspects, redefinition aspects, and reinforcement aspects. Related aspects that remain on the physical aspects. Then, aspects that experience redefinition occurs in aspects of appearance, attitude aspects, behavioral aspects, and aspects of character. Also, the reinforcing aspects occurs on the functional aspects. On the desired functional aspects, a person not only works, but does a steady job so that all life needs are met.

© 2018 Universitas Negeri Semarang

Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1 FIS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: unnessosant@gmail.com

ISSN 2549-0729

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman telah membawa perubahan bagi masyarakat. Perubahan terjadi pada bidang-bidang kehidupan seperti perubahan gaya hidup, pola perilaku, dan komunikasi. Seiring berjalannya waktu dalam era globalisasi, munculnya pasar kapitalisme memungkinkan masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk menjadi konsumen. Kapitalisme muncul membawa pengaruh besar bagi masyarakat baik di dalam maupun luar negeri. Kapitalisme sudah mencakup berbagai aspek kehidupan dalam wujud komoditas, seperti pusat kebugaran, jogging, kursus kecantikan, senam seks, kursus kepribadian, dan salon mobil.

Saat ini para pengusaha menciptakan berbagai produk untuk menyediakan kebutuhan perempuan maupun laki-laki. Semua produk dipasarkan, di antaranya produk perawatan tubuh bagi kaum perempuan. Tidak hanya perempuan, produk perawatan tubuh bagi kaum laki-laki kini sudah banyak ditemukan di pasaran. Hal ini dapat dilihat dari produk perawatan tubuh khusus wajah yang menggunakan label *for men* seperti *Nivea Men Advanced Whitening*, *Garnier Men Whitening*, *Vaseline Men Oil Control Cream*, *L'Oreal Paris Men Expert*, *SK-II Men Facial*, *POND'S Men*, dan lain-lain.

Jika sebelumnya perawatan wajah banyak dilakukan kaum perempuan, namun sekarang kaum laki-laki juga melakukannya. Hal ini dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat modern yang peduli terhadap penampilan. Gaya hidup merupakan ciri dari sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut modernitas (Channey, 1996). Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia masa kini, penampilan dan gaya hidup menjadi sesuatu yang sangat penting (Pratomo, 2013). Sekarang ini banyak jasa industri yang memberikan layanan untuk mempercantik penampilan pada bagian wajah, kulit, tubuh, dan rambut. Kemungkinan kaum laki-laki dapat membiasakan diri untuk pergi ke salon merawat dirinya.

Laki-laki menggunakan perawatan kulit wajah salah satunya untuk meningkatkan rasa percaya diri (Kompas, 2017). Jika melihat di negara Amerika, adanya perubahan gaya hidup pada laki-laki yang melakukan perawatan tubuh, dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini dijelaskan oleh Ramli (dalam Mulyana, 2014), di Amerika pada tahun 1990 baru 4% laki-laki yang mengaku memakai produk perawatan kulit, pada tahun 2008 ada 50% dari laki-laki menggunakan produk perawatan kulit.

Selain itu, laki-laki di Indonesia juga sudah menggunakan beragam produk perawatan kulit. Menurut survei dari 95% laki-laki di Indonesia mengaku peduli dengan penampilan kulit karena rasa nyaman dan lebih percaya diri dalam kesehariannya (Kompas, 2017). Bahkan di bagian wilayah Indonesia tepatnya di Sulawesi Selatan, kaum muda baik laki-laki maupun perempuan menggunakan produk kosmetik untuk meningkatkan dan mengelola sekual kesehatan dirinya (Hardon, 2013). Hal ini menjelaskan bahwa saat ini laki-laki melakukan perawatan kulit wajah salah satunya untuk mempercantik penampilan, meningkatkan rasa percaya diri, dan mengelola seksual kesehatan.

Berbagai gaya hidup juga dipentaskan dalam sebuah majalah. Majalah menjadi salah satu daya tarik tersendiri untuk memberikan informasi kehidupan yang saat ini dibutuhkan kaum laki-laki. Seperti halnya vitalitas tubuh, kesehatan, seks, karier, dan keluarga (Mulyana, 2015). Lihat saja majalah di tahun 2010 *Men's Fitness* yang berisi tentang kebugaran kaum laki-laki. Pada dasarnya laki-laki juga diarahkan untuk mendisiplinkan diri dalam merawat tubuhnya. Tidak ada salahnya jika laki-laki merawat dan menjaga tubuh untuk memperindah penampilannya. Apalagi terdapat slogan yang mengatakan "Kamu bergaya maka kamu ada! Kalau kamu tidak bergaya, siap-siaplah untuk dianggap tidak ada." Itulah sebabnya orang suka bersolek merawat dirinya (Channey, 1996).

Bukan hanya majalah, iklan juga menjadi alat bantu untuk mempromosikan berbagai produk yang dapat menunjang kebutuhan kaum laki-laki. Iklan mencoba memperkenalkan semua yang diperlukan laki-laki dalam segi *fashion*, perawatan, kecantikan, dan lainnya. Misalkan saja iklan untuk merawat tubuh pada bagian wajah, sekarang banyak laki-laki yang menjadi modelnya. Biasanya laki-laki yang menjadi model iklan tidak terlepas dari wajah putih dan bersih. Hal ini menjadikan strategi untuk dapat memikat para konsumen agar mencoba memakai perawatan wajah yang diiklankan.

Bahkan fenomena yang berkembang pada laki-laki yang menggunakan perawatan tidak hanya dengan alat-alat kecantikan saja, melainkan laki-laki saat ini mulai melakukan operasi plastik dan merasa bangga untuk melakukannya demi menjaga penampilan (Mulyana, 2015). Hal ini tentu berbeda pada figur laki-laki ideal yang sebelumnya memiliki sifat-sifat maskulinitas.

Fenomena ini berbeda dengan konsep maskulinitas yang didefinisikan sebelumnya. Maskulinitas didefinisikan sebagai sebuah aturan dalam praktik sosial dan representasi budaya yang diasosiasikan menjadi seorang laki-laki. Maskulin umumnya diketahui sebagai sifat yang merepresentasikan laki-laki. Maskulin biasanya identik dengan kekuatan, kegagahan, keberanian, keringat, bahaya, dan masih banyak lainnya (Pilcher dan Whelehan dalam Kurnia, 2004). Dalam konsep maskulinitas, ada beberapa hal agar seorang laki-laki dianggap sebagai laki-laki maskulin. Menurut Cornwall (dalam Nurzakiyah, 2009) istilah ini disebut sebagai teori *Hegemonic Masculinity*. Dalam teori hegemoni maskulinitas, laki-laki didefinisikan dengan kekuatan fisik, *bravado*, heteroseksual, pengendalian emosi yang menunjukkan kelemahan, kemandirian secara ekonomi, otoritas atas wanita dan laki-laki lain, dan ketertarikan yang besar untuk dapat menarik perhatian perempuan (Trigiani dalam Nurzakiyah, 2009).

Sementara itu, Chafez membagi menjadi 7 area maskulinitas dalam masyarakat, yaitu:

1. Fisik: jantan, atletis, kuat, berani, ceroboh, tidak peduli terhadap penampilan dan proses penuaan;
2. Fungsional: pencari nafkah, penyedia;
3. Seksual: agresif, berpengalaman, status tunggal diterima;

4. Emisional: tidak emosional, tabah, tidak menangis.
5. Intelektual: logis, intelektual, rasional, obyektif, ilmiah, praktis, mekanis, kesadaran masyarakat, beraktivitas, memberi kontribusi kepada masyarakat, dogmatis;
6. Interpersonal: pemimpin, mendominasi, disiplin, mandiri, bebas, individualitas, menuntut, dan
7. Karakteristik pribadi lain: berorientasi pada kesuksesan, ambisius, somborg, dapat dipercaya, bermoral, penentu, kompetitif, tanpa rintangan, berjiwa petualang.

Ternyata perubahan penetrasi budaya modern ini, tidak hanya ditandai dengan munculnya klinik kecantikan di kota-kota besar, bahkan kini sudah masuk ke wilayah desa. Saat ini klinik kecantikan misalkan di Kota Semarang sebut saja Natasha *skin care*, tidak hanya digunakan untuk meningkatkan kesehatan konsumennya, melainkan berguna untuk penjualan kosmetik dan industri salon kecantikan (Murlianti, 2014). Jika masuk desa sudah mulai banyak di bangun klinik kecantikan. Terdapat klinik kecantikan “Armina”, tepatnya di Desa Robayan Kecamatan Kalinyamat Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Hal ini banyak dimanfaatkan laki-laki salah satunya di desa untuk mengenal dan menggunakan perawatan kulit wajah.

Laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina rata-rata berusia 15-35 tahun dari berbagai kalangan seperti pekerja, mahasiswa, dan sekolah. Para pelajar pun sekarang mulai melakukan perawatan untuk mengatasi wajah berjerawat. Meskipun awalnya malu ke tempat perawatan karena mayoritas perempuan, tapi tidak menjadi penghalang untuk tetap datang melakukan perawatan dengan ibu atau keluarganya. Dilihat dari latar belakang ekonomi, sebagian besar laki-laki pengguna perawatan kulit wajah berasal dari kalangan menengah ke atas. Beberapa alasan melakukan perawatan yaitu memperbaiki penampilan sebelumnya, kurang percaya diri, mengikuti *style*, dan pengaruh lingkungan keluarga. Terkait dengan masalah yang dihadapi konsumen, pengaruh lingkungan sangat memengaruhi dan mendukung untuk mengambil keputusan melakukan perawatan. Biasanya konsumen laki-laki melakukan perawatan, yang selama ini identik dilakukan oleh perempuan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis ingin meneliti tentang bagaimana redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina. Untuk itu suatu kajian yang bertujuan mengetahui redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina Desa Robayan Jepara. Dalam hal ini, tinjauan teoritis mengenai konsep maskulinitas dikaitkan dengan konsep dari Chafez mengenai area maskulinitas dalam masyarakat menjadi landasan pikir untuk mengkaji fenomena tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Lokasi penelitian ini di klinik kecantikan “Armina” yang berada di Desa Robayan, tepatnya di Jalan Raya Welahan Gotri RT.24 RW.03 Robayan Jepara. Teknik pengumpulan data

dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi (Sugiyono, 2013). Keabsahan data dengan teknik triangulasi data, yakni triangulasi sumber. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data (Sugiyono, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki pengguna perawatan kulit di klinik kecantikan Armina dinyatakan dalam tiga aspek, yaitu pertama aspek fisik dan penampilan, kedua aspek sikap, perilaku, dan karakter, dan ketiga aspek fungsional. Hal ini didapatkan dengan mengaitkan konsep area maskulinitas dalam masyarakat dari Chafez. Berikut ini dijelaskan berbagai aspek yang mengalami redefinisi pada konsep maskulinitas sebagai berikut.

Aspek Penampilan

Sebelum membahas mengenai aspek penampilan, terlebih dahulu melihat konsep area maskulinitas dalam masyarakat oleh Chafez (dalam Nurzakiyah, 2009) jika dilihat dari aspek fisik, dahulu laki-laki tidak peduli terhadap penampilan dan proses penuaan. Hal ini berbeda pada laki-laki pengguna perawatan kulit saat ini peduli, bisa berpenampilan keren dengan kriterianya memiliki wajah bersih, cerah, putih, dan berpakaian rapi. Hal ini diungkapkan oleh informan Rama sebagai berikut:

“Bersih, cerah, tinggi, dan *stylenya* rapi.”. (13 Mei 2017).

Jika dilihat dari aspek penampilan pada laki-laki pengguna perawatan kulit di klinik kecantikan Armina menginginkan penampilan dengan wajah bersih, cerah, halus, dan segar supaya tubuh tetap sehat dan terjaga. Bersih yaitu terhindar dari jerawat, bekas jerawat, dan flek-flek hitam. Cerah yaitu tidak hitam juga tidak putih sekali. Halus yaitu bersih dan sedikit cerah, dan segar yaitu bersih dan muka terlihat tidak kusam. Dibutuhkan juga penampilan yang keren dan *stylish*. Penampilan keren yaitu laki-laki memiliki tubuh tinggi, wajahnya bersih, dan cara berpakaian bersih dan rapi. Penampilan *stylish* yaitu laki-laki harus bisa berpenampilan rapi dan enak dipandang. Selain itu, penampilan juga digunakan laki-laki pengguna perawatan kulit di klinik kecantikan Armina sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian perempuan. Hal ini diungkapkan oleh informan Deddy sebagai berikut:

“....penampilan bagus kan perempuan juga suka melihatnya.”. (19 Mei 2017).

Penampilan juga digunakan laki-laki untuk menarik perhatian lawan jenis (perempuan). Sebagai laki-laki yang ingin mendapatkan perempuan yang disuka, seharusnya bisa berpenampilan keren, memiliki wajah bersih, dan memiliki tubuh tinggi. Hal ini diungkapkan dalam teori *Hegemonic Masculinity* yang menjelaskan

bahwa maskulinitas didefinisikan dengan ketertarikan yang besar untuk dapat menarik perhatian perempuan (Trigiani, dalam Nurzakiyah, 2009).

Berdasarkan aspek penampilan terjadi redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina Desa Robayan Jepara. Berbeda dengan aspek fisik yang tidak mengalami redefinisi yaitu pada konsep area maskulinitas dalam masyarakat oleh Chafez (dalam Nurzakiyah, 2009) sama dari dulu hingga sekarang. Laki-laki yang menggunakan perawatan kulit menjadi laki-laki yang peduli terhadap penampilan. Laki-laki memiliki wajah yang bersih, halus, cerah, dan segar, kemudian dari gaya berpenampilan yaitu rapi, keren, dan *stylish*, serta bertubuh tinggi.

Aspek Sikap, Perilaku, dan Karakter

Melihat konsep area maskulinitas dalam masyarakat oleh Chafez (dalam Nurzakiyah, 2009) jika dilihat dari aspek emosional dan interpersonal, dahulu laki-laki tidak emosional, tabah, sebagai pemimpin, dan bebas. Hal ini berbeda pada laki-laki saat ini, tampil dengan sifat-sifat tegas, pemberani, berwibawa, keras, dan tanggungjawab. Hal ini digunakan laki-laki untuk menghadapi suatu masalah sesuai ketentuan yang berlaku di dalam masyarakat.

Berdasarkan aspek sikap, perilaku, dan karakter ditemukan beberapa kriteria menurut informan laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina yaitu tegas, keras, pemberani, berwibawa, dan tanggungjawab. Terkait aspek sikap yaitu tegas merupakan sifat yang dimiliki oleh laki-laki untuk mengambil suatu keputusan. Hal ini diungkapkan oleh informan Aldyan sebagai berikut:

“Tegas itu kalau mau mengambil keputusan harus sesuai pikiran....”. (10 Juni 2017).

Sifat tegas dibutuhkan laki-laki sebagai karakteristik laki-laki maskulin.

Kemudian aspek sikap yaitu pemberani merupakan salah satu karakteristik yang dimiliki oleh laki-laki. Laki-laki maskulin identik dengan keberanian (Kurnia, 2004). Jika laki-laki tidak berani menghadapi suatu masalah menimbulkan persepsi bahwa laki-laki tidak jantan bisa dikatakan seperti perempuan. Jika mengaitkan dari konsep Chafez (dalam Nurzakiyah, 2009), sikap laki-laki dulu tabah sekarang berubah menjadi laki-laki yang pemberani, maka jelas bahwa pada aspek sikap pemberani mengalami redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina.

Selanjutnya pada aspek sikap yaitu berwibawa merupakan salah satu karakteristik yang dimiliki laki-laki. Apalagi laki-laki yang menjadi seorang pemimpin berusaha memiliki kewibawaan agar memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi, disegani banyak orang, berkharisma, dan percaya diri. Jika mengaitkan dari konsep Chafez (dalam Nurzakiyah, 2009), dahulu sikap laki-laki sebagai pemimpin saat ini jika sebagai pemimpin harus memiliki kewibawaan yang tinggi di hadapan lainnya. Hal ini jelas

bahwa pada aspek sikap berwibawa mengalami redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina.

Berikutnya pada aspek perilaku yaitu tanggungjawab merupakan salah satu karakteristik yang harus dimiliki laki-laki. Sebagai laki-laki harus bertanggungjawab dalam suatu hal yang dilakukannya, ini bukti untuk dapat dikatakan sebagai laki-laki maskulin. Hal ini diungkapkan oleh informan Rama sebagai berikut:

“Semua hal yang dilakukan dapat dipertanggungjawabkan....”. (13 Mei 2017).

Jika mengaitkan dari konsep Chafez (dalam Nurzakiyah, 2009), dahulu sikap laki-laki yang bebas saat ini laki-laki harus memiliki tanggungjawab di dalam diri dan keluarganya. Namun pada aspek perilaku yaitu tanggungjawab tetap sesuai konsep maskulin dari dulu sampai sekarang, karena laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina tetap memiliki perilaku tanggungjawab.

Seterusnya terkait aspek karakter yaitu keras merupakan sifat yang umumnya dimiliki oleh laki-laki. Biasanya sifat keras identik dengan laki-laki yang suka marah, egois, keras kepala, dan lainnya. Hal ini diungkapkan oleh informan Faris sebagai berikut:

“....keras itu sifatnya keras kepala”. (13 Juni 2017).

Sifat keras sewaktu-waktu bisa muncul jika sedang menghadapi suatu masalah. Jika mengaitkan dari konsep Chafez (dalam Nurzakiyah, 2009), laki-laki dulu tidak emosional sekarang mudah emosi atau marah-marah, maka jelas bahwa pada aspek karakter mengalami redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina.

Berdasarkan aspek sikap, perilaku, dan karakter mengalami redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina Desa Robayan Jepara. Pada aspek sikap terdapat kriteria yaitu tegas, pemberani, dan berwibawa serta aspek karakter yaitu keras mengalami redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang melakukan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina. Namun ada juga yang tetap tidak mengalami redefinisi konsep maskulinitas yaitu pada aspek perilaku tanggungjawab. Laki-laki dari dulu hingga sekarang tetap memiliki sikap tanggungjawab.

Aspek Fungsional

Terlebih dulu melihat konsep area maskulinitas dalam masyarakat oleh Chafez (dalam Nurzakiyah, 2009) jika dilihat dari aspek fungsional, dahulu laki-laki pencari nafkah dan penyedia. Hal ini memberikan penguatan pada laki-laki saat ini untuk tidak bekerja saja, namun bisa mapan di dalam bekerja. Hal ini diungkapkan oleh informan Noval sebagai berikut:

“Pekerjaan mapan itu seseorang yang memiliki jabatan tertinggi,, kalau memiliki jabatan tinggi pasti gaji banyak kan jadi bisa beli semuanya”. (14 Mei 2017).

Berdasarkan aspek fungsional dari konsep maskulinitas menurut informan laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina yaitu kerja keras dan pekerjaan yang mapan, supaya tercipta kelayakan dan kebahagian di dalam menjalani kehidupan.

Kerja keras merupakan karakteristik yang dimiliki oleh laki-laki. Bekerja merupakan kewajiban setiap laki-laki, apalagi sudah hidup berumahtangga. Saat ini bekerja tidak hanya dilakukan laki-laki, perempuan juga melakukannya. Jika perempuan bekerja, maka laki-laki harus lebih giat lagi dan bisa melebihi dari pekerjaan perempuan, agar mencapai kesuksesan di dalam diri dan keluarganya. Jika laki-laki berada di dalam kesuksesan maka semua mudah diraihnya. Biasanya laki-laki bekerja keras untuk menggapai keinginan yang selama ini belum dicapainya.

Selanjutnya pekerjaan yang mapan, merupakan karakteristik yang sebaiknya dimiliki laki-laki. Sebagai laki-laki tidak hanya bekerja saja, namun harus mapan di dalam bekerja. Laki-laki yang mapan lebih dulu memiliki pekerjaan yang layak. Jika sudah layak, maka terlihat kemapanan laki-laki untuk bisa memenuhi kebutuhan hidup pada diri dan keluarganya.

Berdasarkan aspek fungsional yaitu kerja keras dan pekerjaan yang mapan, hal ini tidak terjadi redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina Desa Robayan Jepara. Laki-laki yang maskulin identik dengan bekerja keras yang sampai saat ini tetap dilakukannya, namun terdapat tuntutan untuk bisa mapan di dalam pekerjaan supaya semua kebutuhan hidup bisa terpenuhi.

Berdasarkan ulasan di atas mengenai redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina, di bawah ini akan disajikan tabel untuk memudahkan memahami perbedaan terjadinya redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan kulit di klinik kecantikan Armina Desa Robayan Jepara.

| No. | Aspek | Area Maskulinitas dalam Masyarakat Menurut Janet Saltzman Chafez (dalam Nurzakiyah, 2009) | Maskulinitas Menurut Informan Utama |
|-----|-------------------------------|---|--|
| 1. | Penampilan | Tidak peduli tentang penampilan dan proses penuaan | memiliki wajah bersih, cerah, halus, dan segar, berpakaian rapi, baunya wangi, berpenampilan keren, <i>stylish</i> , dan enak dipandang. |
| 2. | Sikap, perilaku, dan karakter | Tidak emosional, tabah, pemimpin, dan bebas. | Tegas, keras, berwibawa, pemberani, dan tanggungjawab |

| | | | |
|----|------------|--------------------------|--|
| 3. | Fungsional | Pencari nafkah, penyedia | Bekerja atau pencari nafkah dan pekerjaan yang mapan |
|----|------------|--------------------------|--|

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Redefinisi Konsep Maskulinitas Laki-laki Pengguna Perawatan Kulit di Klinik Kecantikan Armina Desa Robayan Jepara dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat tiga aspek dalam redefinisi konsep maskulinitas pada laki-laki yang menggunakan perawatan, yaitu aspek fisik dan penampilan, aspek sikap, perilaku, dan karakter, serta aspek fungsional. Dari tiga aspek tersebut, ada aspek yang tetap, redefinisi, dan penguatan. Terkait aspek yang tetap terjadi pada aspek fisik. Kemudian aspek yang mengalami redefinisi terjadi pada aspek penampilan, aspek sikap, aspek perilaku, dan aspek karakter, serta aspek yang mengalami penguatan terjadi pada aspek fungsional. Pada aspek fungsional yang diinginkan tidak sekedar bekerja saja, melainkan pekerjaan yang mapan supaya semua kebutuhan hidup terpenuhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, Kahfi Dirga. 2017. "Pede" Cowok Indonesia "Selangit" Saat Pakai Produk Perawatan Kulit. <http://lifestyle.kompas.com/read/2017/12/06/170951820/pede-cowok-indonesia-selangit-saat-pakai-produk>. (15 Des. 2017).
- Chaney, David. 1996. Lifestyle: *Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hardon, Anita, dkk. 2013. Seksualitas Kimia: Penggunaan Farmasi dan Produk Kosmetik oleh Pemuda di Sulawesi Selatan, Indonesia. *Reproductive Health Matter*. Vol.21, No.41. Hal: 214–224.
- Kurnia, Novi. 2004. Representasi Maskulinitas Dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol.8, No.1. Hal: 22.
- Mulyana, Ahmad. 2014. Representasi Gaya Hidup Pria Metrosexual di Majalah Pria Ibukota. *Jurnal Visi Komunikasi*. Vol.13, No.1. Hal: 69-86.
- Mulyana, Ahmad. 2015. *Gaya Hidup Metroseksual*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Murlianti, Sri. 2014. Siklus Keindahan Budaya: Etnografi Komodifikasi Klinik Kecantikan. *Jurnal Komunitas*. Vol.6, No.2, Hal: 189-196.

Nurzakiyah, Ahmad. 2009. *Representasi Maskulinitas Baru Pada Iklan Produk Kosmetik Pria dalam Majalah Berbahasa Jerman "Brigitte" dan "Stern"*. Skripsi. Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya. Universitas Indonesia.

Pilcher, Jane dan Whelehan Imelda. 2004. *50 key concepts in gender studies*. Great Britain : The Cromwell Press,Ltd. Pulle.

Pratomo, Angga Wahyu Adi. 2013. Gaya Hidup Komunitas Pencinta Budaya Jepang di Kalangan Mahasiswa UNNES (Studi Kasus Pada Komunitas Jaico). *Solidarity*. Vol.2, No.1. Hal: 9-14.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.