

**KONSEP DIRI PENGIKUT *BEAUTY INFLUENCER* LAKI-LAKI DI  
TIKTOK (STUDI FENOMENOLOGI PADA PENGIKUT AKUN  
TIKTOK @AZKHATEGAR391 DI KOTA MEDAN)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**MUTIARA NANDA SAFITRI SIREGAR  
218530151**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2025**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

-----  
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/2/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah  
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)2/2/26

**KONSEP DIRI PENGIKUT BEAUTY INFLUENCER LAKI-LAKI DI  
TIKTOK (STUDI FENOMENOLOGI PADA PENGIKUT AKUN  
TIKTOK @AZKHATEGAR391 DI KOTA MEDAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar*

*Sarjana Ilmu Komunikasi Di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*

*Universitas Medan Area*

Oleh:

**MUTIARA NANDA SAFITRI SIREGAR**

**218530151**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2025**



Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGETAHUAN

Judul Skripsi : Konsep Diri Pengikut *Beauty Influencer* Laki-laki di TikTok  
(Studi Fenomenologi pada Pengikut Akun TikTok @azkhategar391  
di Kota Medan)

Nama Mahasiswa : Mutiara Nanda Safitri Siregar

NPM : 218530151

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh:  
Komisi Pembimbing

  
Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom  
(Pembimbing)

Mengetahui:

  
Dr. Walid Musthafa S., S.Sos, M.IP

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP

Ka. Prodi Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus: 16 Mei 2025



Dipindai dengan CamScanner

**HALAMAN PERNYATAAN**

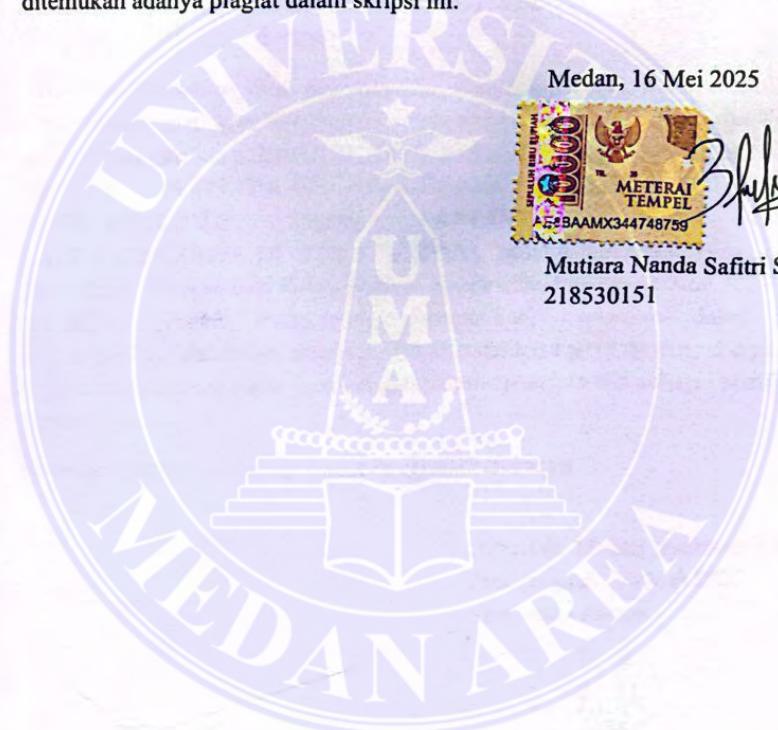
Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 16 Mei 2025



Mutiara Nanda Safitri Siregar  
218530151



Dipindai dengan CamScanner

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Nanda Safitri Siregar  
NPM : 218530151  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **KONSEP DIRI PENGIKUT BEAUTY INFLUENCER LAKI-LAKI DI TIKTOK (STUDI FENOMENOLOGI PADA PENGIKUT AKUN TIKTOK @AZKHATEGAR391 DI KOTA MEDAN)**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenaranya.

Dibuat di: Medan, Sumatera Utara

Pada tanggal: 16 Mei 2025

Yang menyatakan



(Mutiara Nanda Safitri Siregar)



Dipindai dengan CamScanner

## ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah melahirkan fenomena baru dalam dunia kecantikan, termasuk hadirnya *beauty influencer* laki-laki. Salah satu *influencer* yang menonjol adalah Azka Tegar @azkategar391. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak konten yang disajikan oleh *beauty influencer* terhadap identitas diri pengikut laki-laki dalam komunitas kecantikan digital. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konsep diri Carl Rogers dan komunikasi intrapersonal, yang membantu dalam memahami perubahan persepsi diri pengikut. Metode penelitian yang digunakan adalah fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumentasi digital. Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria *purposive sampling* dan *snowball sampling*, dengan melibatkan informan utama yang aktif berinteraksi dengan konten *influencer* serta seorang psikolog untuk memberikan perspektif akademis. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi dengan konten *beauty influencer* memengaruhi konsep diri pengikut dalam tiga aspek utama: (1) Citra Diri pengikut mulai menerima perawatan diri sebagai bagian dari ekspresi diri; (2) Diri Ideal standar maskulinitas bergeser dengan menganggap kulit sehat sebagai bagian dari penampilan ideal; (3) Harga Diri pengikut merasa lebih percaya diri dan bebas mengekspresikan identitas mereka. Secara keseluruhan, *beauty influencer* membantu membentuk identitas baru yang lebih positif dan terbuka terhadap norma kecantikan yang inklusif.

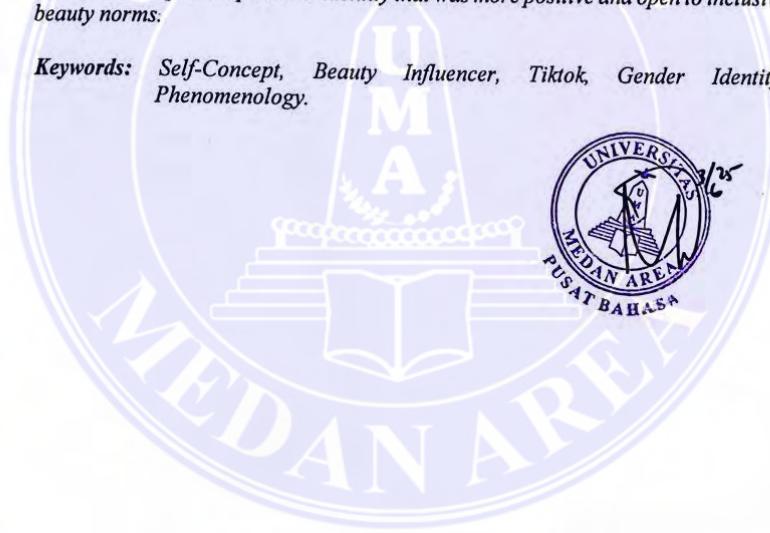
**Kata Kunci:** Konsep Diri, *Beauty Influencer*, Tiktok, Identitas Gender, Fenomenologi.

 Dipindai dengan CamScanner

## ABSTRACT

*The development of social media, especially TikTok, has brought about a new phenomenon in the beauty world, including the emergence of male beauty influencers. One prominent influencer is Azka Tegar (@azkategar391). The purpose of this research was to find out how the content presented by beauty influencers affected the self-identity of male followers in the digital beauty community. The theory used in this research was Carl Rogers' self-concept theory and intrapersonal communication, which helped in understanding changes in followers' self-perceptions. The research method used was phenomenology with a qualitative approach. Data collection techniques included in-depth interviews, observation, and digital documentation analysis. Informants in this research were selected based on purposive sampling and snowball sampling criteria, involving key informants who actively interacted with the influencer's content and a psychologist to provide an academic perspective. The results of this research showed that interaction with beauty influencer content affected followers' self-concept in three main aspects: (1) Self-image—followers began to accept self-care as part of self-expression; (2) Ideal self — standards of masculinity shifted by considering healthy skin as part of an ideal appearance; (3) Self-esteem — followers felt more confident and free to express their identity. Overall, beauty influencers helped shape a new identity that was more positive and open to inclusive beauty norms.*

**Keywords:** Self-Concept, Beauty Influencer, Tiktok, Gender Identity, Phenomenology.



 Dipindai dengan CamScanner

## RIWAYAT HIDUP

Mutiara Nanda Safitri Siregar lahir di Bagas Nagodang pada tanggal 16 November 2003. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Kamaluddin Siregar dan Ibu Erni Sumarni Hasibuan. Penulis memiliki seorang adik laki-laki dan saat ini berdomisili di Medan Estate, Sumatera Utara. Penulis menyelesaikan pendidikan menengah di SMA Negeri 2 Plus Sipirok dengan beasiswa penuh selama tiga tahun berdasarkan prestasi akademik. Selama masa SMA, penulis aktif dalam kegiatan keagamaan dan organisasi, seperti Badan Kenaziran Masjid (BKM) sebagai staf dakwah yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan keagamaan, pelatihan, serta peningkatan aktivitas ibadah di lingkungan sekolah.

Pada tahun 2021, penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Medan Area pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai organisasi kemahasiswaan, salah satunya adalah KARISMA (Kelompok Prestasi Mahasiswa), tempat penulis menjabat sebagai staf kaderisasi. KARISMA merupakan organisasi yang sangat membangun dan mendorong mahasiswa untuk mencurahkan prestasi, baik di bidang akademik, non-akademik, maupun pengembangan diri. Melalui organisasi ini, penulis tidak hanya berkontribusi dalam proses rekrutmen dan pembinaan anggota baru, tetapi juga mendapat banyak pengalaman berharga dalam kepemimpinan, kerja tim, dan manajemen kegiatan. Selain itu, penulis juga aktif mengasah keterampilan public speaking, salah satunya dengan menjadi *Master of Ceremony (MC)* di berbagai kegiatan kampus, termasuk dalam acara PMDK (Persiapan Memasuki Dunia Kerja). Pengalaman tersebut memperkuat kemampuan komunikasi penulis, baik secara formal maupun informal, yang menjadi bekal penting dalam dunia profesional.

Selain itu, penulis tergabung dalam IAS Medan (Ikatan Alumni SMA Negeri 2 Plus Sipirok) dan aktif dalam kegiatan sosial serta pengabdian masyarakat. Penulis juga mengikuti berbagai pelatihan dan kompetisi, seperti Kompetisi Debat Mahasiswa Indonesia (KDMI), Intensive Debate Training, Intensive English Speaking Class, serta menjadi relawan dalam program Literasi Digital Kompas. Di bidang praktik profesional, penulis mengikuti program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Batch 6 di PT. Amati Indonesia pada tahun 2024 sebagai bagian dari pelaksanaan praktik kerja lapangan. Penulis memiliki ketertarikan besar dalam bidang public speaking, fotografi, videografi, manajemen media sosial, serta penyuntingan teks. Penulis juga dikenal sebagai pribadi yang berpikiran kritis, solutif, dan mampu berpikir analitis dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital. Selama menjalani studi, penulis berhasil meraih Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) sebesar 3,94 dan menerima beberapa beasiswa atas capaian akademik serta kontribusi dalam kepemimpinan.

Selain aktivitas akademik dan organisasi, penulis menjalin persahabatan yang erat dan mendukung selama masa perkuliahan. Beberapa sahabat terdekat yang turut mewarnai perjalanan studi penulis adalah Tama, Noel, Devi, Aldi, Ade, Ayu, Reni, Desi, Khaisa, Ica, dan masih banyak lagi. Kebersamaan dengan mereka tidak hanya menjadi penyemangat dalam menyelesaikan studi, tetapi juga menciptakan ruang tumbuh yang saling mendukung, terbuka, dan menginspirasi dalam kehidupan kampus.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta nikmat kesehatan dan kesempatan yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Tak lupa, shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa cahaya kebenaran bagi seluruh umat manusia.

Skripsi ini berjudul **“KONSEP DIRI PENGIKUT BEAUTY INFLUENCER LAKI-LAKI DI TIKTOK (STUDI FENOMENOLOGI PADA PENGIKUT AKUN TIKTOK @AZKHATEGAR391 DI KOTA MEDAN)”**.

Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area. Saya menyadari bahwa perjalanan dalam menyelesaikan skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Banyak tantangan dan rintangan yang harus dihadapi, tetapi dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, saya dapat menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1 **Kedua orang tua saya, Bapak Kamaluddin Siregar dan Ibu Erni Sumarni Hasibuan**, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, motivasi, serta dukungan baik secara moril maupun materiil. Tanpa bimbingan, pengorbanan, dan cinta tanpa batas dari kalian, saya tidak akan berada di titik ini.
- 2 **Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim**, Universitas Medan Area, yang telah memberikan fasilitas pendidikan yang mendukung perjalanan akademik saya.

- 3 **Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc.**, selaku Rektor Universitas Medan Area, yang telah memimpin institusi ini dengan baik sehingga saya dapat memperoleh ilmu yang berharga.
- 4 **Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.I.P.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, atas segala arahannya selama saya menempuh pendidikan di fakultas ini.
- 5 **Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP.**, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan dukungan akademik dan arahan selama proses perkuliahan saya.
- 6 **Bapak Khairullah, S.I.Kom., M.I.Kom.**, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah memberikan bimbingan, motivasi, serta saran yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
- 7 **Akun TikTok Azka Tegar (@azkhategar391)**, sebagai objek penelitian yang telah memberikan kesempatan dan wawasan baru bagi saya dalam mengembangkan kajian ilmiah ini.
- 8 **Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area**, yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta inspirasi selama masa perkuliahan saya.
- 9 **Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2021**, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik saya, memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan yang tak terlupakan.
- 10 **Orang-Orang terdekat saya**: Dhimas Santama, Noel Saputra Zega, Reni Awaliyah Siregar, Devi Rusnita, Ade Putri, Ayu Delima Hutahaean, Aldy Maulana, dan Desi Anjelika, Khaisya Munira Najma, Annisa Nurul Ulah

yang selalu ada dalam setiap proses ini, memberikan dukungan, tawa, dan semangat yang luar biasa. Terima kasih atas kebersamaan, motivasi, dan bantuan yang kalian berikan selama ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya sangat terbuka untuk kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini ke depannya. Semoga ilmu yang saya peroleh selama masa kuliah dapat bermanfaat tidak hanya bagi diri saya sendiri, tetapi juga bagi keluarga, masyarakat, bangsa, dan negara.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 16 Mei 2025

Penulis

**(Mutiara Nanda Safitri Siregar)**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.5 Fokus Penelitian.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Komunikasi Intrapersonal .....	16
2.2 Teori Konsep Diri .....	17
2.3 Teori Fenomenologi.....	22
2.4 Teori Struktural Konflik Gender.....	24
2.5 Media Baru.....	28
2.6 Penelitian Terdahulu .....	34
2.7 Kerangka Berpikir.....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	42
3.2 Informan Penelitian .....	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.4 Teknik Analisis Data .....	47
3.5 Sumber Data dan Penyajian .....	48
3.6 Lokasi Penelitian .....	50
3.7 Jadwal Penelitian .....	50
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	53
4.2. Profil Partisipan .....	55
4.3. Jadwal Wawancara Informan.....	55
4.4. Hasil Wawancara .....	56
4.5. Pembahasan .....	68
4.6. Keabsahan Data .....	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
5.1. Kesimpulan .....	82

5.2. Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Perbedaan TikTok dengan Aplikasi Sejenisnya.....	5
Tabel 1.2 <i>Beauty Influencer</i> Laki-Laki di TikTok .....	8
Tabel 1.3 Stigmatisasi Peran Gender di Masyarakat.....	11
Tabel 2.1 Teori Konsep Diri.....	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	44
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	50
Tabel 4.1 Profil Partisipan.....	55



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024 .....	3
Gambar 1.2 Proporsi Pengguna TikTok Berdasarkan Gendar dan Usia .....	4
Gambar 1.3 Konten Azka Tegar .....	10
Gambar 2.4 Kerangka Berfikir .....	40
Gambar 4.1 Akun TikTok Azka Tegar .....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Pedoman Observasi .....	89
1. Pedoman Wawancara .....	88
2. Dokumentasi Penelitian .....	102
3. Surat Pernyataan selesai Riset/Penelitian.....	106



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia digital dan media sosial membuka banyak peluang baru pada berbagai bidang. Salah satu fenomena yang sedang menjadi pembicaraan saat ini adalah dunia kecantikan. Produk kecantikan seperti *skincare* dan *make-up* merupakan bisnis yang sangat berkembang pesat. Baik produk lokal maupun internasional bersaing untuk menciptakan produk berkualitas agar dapat diterima oleh masyarakat. Konsumen juga semakin paham dan teredukasi mengenai apa saja yang dibutuhkan oleh kulit mereka. Standar kecantikan juga sudah mulai bergerak dan lebih inklusif. Kecantikan yang ditawarkan bukan hanya sekadar tampilan, namun juga mencakup keamanan dari produk (Patala & Pratiwi, 2023).

Salah satu strategi pemasaran industri kecantikan ini adalah melalui media sosial, termasuk TikTok. Platform TikTok memungkinkan konten industri kecantikan semakin berkembang pesat. Konten kecantikan menjadi salah satu konten yang paling digemari di TikTok. Konten merupakan sajian dari sebuah informasi yang didalamnya terdapat hiburan, berita ataupun informasi yang disajikan dalam bentuk berupa artikel berita, video maupun multimedia yang dapat diakses secara mudah (Ferdinand, 2019).

TikTok merupakan aplikasi yang didirikan sebuah Perusahaan *ByteDance* di Tiongkok pada 2016. TikTok merupakan media sosial yang sangat populer dan telah diunduh lebih dari 2 miliar kali. Perkembangan TikTok membuat TikTok

menjadi media yang sangat berkuasa pada era digitalisasi ini (Astuti & Kiki, 2024).

Dengan algoritma canggihnya, TikTok mampu menyajikan konten kecantikan kepada penonton, meskipun mereka bukan penggemar atau pengikut akun kecantikan tersebut.

Pada 3 Juli 2018, aplikasi TikTok sempat diblokir di Indonesia. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) melakukan pemantauan selama sebulan terhadap aplikasi tersebut dan menerima banyak keluhan dari masyarakat. Hingga pada tanggal 3 Juli, terdapat ada 2.853 laporan yang masuk. Menteri Rudiantara kala itu mengungkapkan, bahwa banyak konten negatif yang beredar, terutama yang dianggap tidak pantas bagi anak-anak seperti kekerasan, pornografi, pelanggaran privasi dan tantangan berbahaya, namun, setelah mempertimbangkan berbagai aspek dan menerapkan regulasi baru, TikTok kembali bisa diakses pada 10 Juli 2018.

Salah satu regulasi yang diterapkan adalah penetapan batas usia pengguna, yaitu minimal 11 tahun, agar aplikasi ini bisa lebih aman dan sesuai dengan kebutuhan pengguna muda (Aji, 2018). Sepanjang kuartal pertama (*Q1*) 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh, dengan total 45,8 juta kali. Menurut Fatimah Kartini Bohang (2018), mayoritas pengguna TikTok di Indonesia adalah generasi milenial, khususnya mereka yang berusia sekolah, yang biasa dikenal sebagai generasi Z mencakup kelahiran 1997-2012 (Rahajeng, 2022).



Gambar 1.1 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2024

Sumber: <https://data.goodstats.id/statistic>

Pada Januari 2024, jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia telah mencapai 5,04 miliar orang. Angka ini setara dengan 62,3% dari total populasi dunia. Jumlah pengguna media sosial terus bertambah, dengan peningkatan sebesar 75 juta pengguna sejak kuartal keempat 2023, yang berarti kenaikan sebesar 1,5%. Menurut laporan dari We Are Social, Facebook menjadi platform media sosial paling populer pada awal tahun 2024, dengan jumlah pengguna aktif mencapai 3,05 miliar. Hal ini menjadikan Facebook sebagai platform dengan jumlah pengguna terbanyak secara global. YouTube menempati posisi kedua dengan hampir 2,49

miliar pengguna aktif, sementara itu WhatsApp dan Instagram berada pada urutan ketiga dengan masing-masing memiliki 2 miliar pengguna aktif.

TikTok yang dikenal sebagai platform yang sangat digemari oleh kalangan muda di berbagai belahan dunia, telah menunjukkan dominasinya dengan menempati peringkat kelima. Pada awal 2024, TikTok berhasil mengumpulkan 1,56 miliar pengguna aktif, di Indonesia sendiri popularitas TikTok terus meroket. Pada Oktober 2023, tercatat lebih dari 106,5 juta pengguna TikTok di Indonesia, menjadikan negara ini sebagai pengguna TikTok terbesar kedua di dunia, setelah Amerika Serikat. Menariknya, laporan We Are Social juga mencatat bahwa secara global, mayoritas pengguna TikTok. Hal ini menunjukkan dinamika penggunanya yang terus berubah seiring berkembangnya platform-platform media sosial di seluruh dunia.



Gambar 1.2 Proporsi Pengguna TikTok Berdasarkan Gender dan Usia

Sumber <http://databoks.katadata.co.id>

Sebelum adanya TikTok, YouTube sudah lebih dahulu menjadi aplikasi yang sering digunakan untuk berbagi konten kecantikan. Video yang dihasilkan YouTube biasanya berdurasi lebih panjang, sehingga YouTube lebih sering digunakan untuk konten yang lebih lengkap. Lahirnya TikTok dengan platform berbasis durasi yang lebih pendek menjadi daya tarik sendiri karena lebih ideal. TikTok juga sering melahirkan *challenge*, dan tren *make-up* seperti *glass skin, clean beauty, make-up minimalis* dan *no make-up make-up look*. Hal ini menuntut kreator lebih *update* terhadap tren, sehingga konten TikTok akan selalu memiliki banyak inovasi dalam penyajian konten. Dengan demikian TikTok lebih unggul dalam konten viral dan cepat, sementara YouTube menyediakan konten yang lebih mendalam terhadap audiens.

**Tabel 1. 1 Perbedaan TikTok dengan Aplikasi Sejenisnya**

Aspek	TikTok	Aplikasi Sejenisnya (Instagram, YouTube dsb)
Algoritma Rekomendasi	Algoritma TikTok dikenal sangat efektif dalam menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna, sehingga meningkatkan keterlibatan dan retensi (pertahanan) pengguna	Algoritma di aplikasi lain cenderung lebih bergantung pada akun yang diikuti, sehingga kurang presisi (tepat) dalam merekomendasikan konten yang relevan.
Komunitas dan Tren	TikTok sering menjadi platform awal munculnya tren dan tantangan viral, yang dengan cepat diikuti oleh komunitas globalnya.	Aplikasi lain lebih sering mengadopsi tren yang dimulai di TikTok, jarang menjadi sumber utama tren.
Monetisasi Kreator	TikTok memiliki mekanisme monetisasi yang jelas, seperti TikTok <i>Creator Fund</i> dan fitur hadiah dalam <i>live streaming</i> , yang memberikan peluang pendapatan bagi kreator.	Monetisasi di platform lain masih dalam tahap awal, atau bergantung pada program yang sudah ada seperti <i>AdSense</i> di YouTube <i>Shorts</i> .

*Dikelola peneliti 2024*

TikTok menjadi aplikasi yang sangat mendukung dunia kecantikan, fitur-fitur yang tersedia di TikTok memberikan kebebasan bagi pengguna untuk mengekspresikan konten kecantikan mereka, seperti efek visual, filter, dan audio. Fitur-fitur ini memberikan keleluasaan bagi kreator untuk bereksperimen dengan konten yang inovatif dan kreatif. Para pengguna TikTok dapat berbagi informasi terkait seputar kecantikan termasuk tutorial *make-up*, ulasan sebuah produk, transformasi *make-up*, hingga rutinitas perawatan kulit. Fenomena ini melahirkan adanya *beauty influencer* di TikTok, yaitu seseorang yang membagikan konten tentang kecantikan di TikTok. *Beauty influencer* sangat berperan penting dalam *brand image* dan *brand trust* dari sebuah produk (Effect, dkk., 2023), dengan kemampuan seorang *beauty influencer* akan mendorong banyak konsumen berbelanja produk kecantikan.

Seorang *beauty influencer* harus dapat memberikan ulasan sebuah produk. Hal ini tentunya akan membutuhkan banyak kemampuan, seperti: komunikasi, keterampilan, waktu, modal dan keterampilan sosial (Indah Lestari, dkk., 2024). Seorang *beauty influencer* harus mampu melakukan komunikasi persuasif. Menurut Larson (2001) komunikasi persuasif adalah proses dimana terdapat kesempatan yang sama bagi kedua belah pihak untuk saling memengaruhi, dengan transparansi mengenai tujuan persuasi kepada audiens, serta mempertimbangkan keberadaan dan peran audiens. Hal ini berarti, bahwa dalam komunikasi persuasi, bukan hanya pemberi pesan yang aktif, tetapi audiens juga berperan penting dalam proses tersebut (Eviany, 2020). Adapun tujuan komunikasi persuasif menurut Afiati untuk mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens,

dan mendorong audiens melakukan sesuatu/memiliki tingkah laku (*behaviour*) tertentu yang diharapkan (Maya & Indasari, 2023).

Meskipun dunia kecantikan sangat identik perannya dengan perempuan, namun belakangan banyak peningkatan terhadap peran gender laki-laki untuk memberikan perspektif baru kepada masyarakat mengenai kecantikan. Hal ini memberikan pandangan baru terhadap stereotip gender tradisional yang sudah mengakar di masyarakat, yang umumnya kecantikan didominasi oleh kaum wanita. Pada kondisi sosial sekarang banyak kaum laki-laki menggunakan perawatan diri seperti *skincare* atau bahkan *make-up*, masyarakat modern dituntut untuk lebih menjaga penampilan fisik, memiliki wajah yang *glowing*, bersih, rapih, putih dan lebih menarik (Diniyah, dkk., 2023).

Nyatanya *make-up* bukan hanya sekadar untuk kecantikan. Lebih dari itu fungsi *make-up* jauh lebih luas, *make-up* juga dianggap sebagai seni dan sebuah kreativitas yang dapat menggambarkan pesan sosial atau ekspresi diri dalam meningkatkan rasa percaya diri para penggunanya. Ekspresi diri merupakan hal yang krusial. Hal ini juga diatur Pasal 28E ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945 tentang kebebasan untuk mengembangkan diri yang berbunyi: “*Setiap orang berhak atas kebebasan menyakini kepercayaan, menyatakan pikiran dan sikap, sesuai dengan hati nuraninya.*”

*Make-up* dapat membentuk identitas diri, identitas di sini merujuk pada siapa dirinya dan bagaimana orang lain menilainya, sedangkan menurut Erikson (1998) identitas didefinisikan sebagai konsepsi tentang diri, yang mencakup penentuan tujuan, nilai, dan keyakinan yang dipegang teguh oleh seseorang.

Identitas ini berperan penting dalam membentuk bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri dan bagaimana dia berinteraksi dengan dunia di sekitarnya (Khafidza & Andjarsari, 2023).

Salah satu *beauty influencer* laki-laki Indonesia yang popular di TikTok adalah Azkha Tegar dengan akun TikTok *@Azkhategar391*, *beauty influencer* ini kerap dipanggil dengan nama Barbie Cianjur. Saat ini Azkha Tegar memiliki 11,2 juta pengikut di TikTok. Kepribadiannya yang unik dan menonjol sangat menarik perhatian masyarakat. Azkha Tegar dapat meraih popularitasnya dengan ratusan video konten dan dengal total *like* 227,1 juta. Banyak konten Azkha Tegar yang menjadi viral di TikTok, karena kualitas yang bagus serta menghibur. Video yang dihasilkan menggunakan musik yang tren, pengeditan yang kreatif disertai transisi yang sangat *smooth*. Hal ini terlihat dari banyaknya interaksi yang didapatkan dalam interaksi komentar, *like* dan *share* yang banyak.

Selain Azkha Tegar terdapat beberapa *beauty influencer* lainnya yang aktif di TikTok membagikan konten kecantikan dan perawatan diri seperti:

**Tabel 1. 2 *Beauty influencer* Laki-Laki di TikTok**

NO	<i>Beauty influencer</i>	Pengikut	Konten
1	Emil Mario <i>@emilmario</i>	7 juta	Emil dikenal sebagai <i>beauty influencer</i> yang sering menyajikan konten komedi. Emil juga sangat sering berkolaborasi dengan berbagai produk kecantikan, untuk memberikan ulasan terkait sebuah produk.
2	Jovi Adhiguna <i>@Joviadhigunahunter</i>	261,9 ribu	Jovi kerap membahas dunia <i>fashion</i> , <i>lifestyle</i> dan kecantikan. Ia sering membagikan konten dengan sentuhan humor dan gaya yang kasual
3	Ryan Ogilvy <i>@ryanogilvy</i>	61,4 ribu	Berbeda dengan kedua <i>beauty influencer</i> sebelumnya, Ryan lebih sering membagikan konten yang menampilkan artis sebagai model konten. Ia

		merupakan seorang <i>make-up artist</i> yang jasa sudah banyak dipakai artis profesional, seperti Luna Maya, Syifa Hadju, Mikha Tambayong dan masih banyak artis lainnya.
--	--	---

*Dikelola peneliti 2024*

Azkha Tegar memiliki pengikut yang lebih banyak, sehingga menjangkau audiens yang lebih banyak. Hal ini karena konten yang dihasilkan Azkha Tegar tidak hanya berfokus pada tutorial *make-up*, tetapi memberikan inovasi elemen seperti *cosplay*, transisi dan drama. Konten yang dihasilkan membuat Azkha Tegar menonjol diantara banyaknya *beauty influencer* di TikTok dan mendapatkan pengikut yang lebih banyak sampai 11,3 juta. Azkha Tegar juga sering berkolaborasi dengan *brand* kecantikan yang besar seperti *Focallure*, *Skintific*, *Inez* dan *Esenses*. Azkha juga sering berkolaborasi dengan *influencer* lainnya seperti Ikke Jenner, Razor dan Hanum Mega. Hal ini akan menguntungkan karena membantu promosi dengan cara yang menarik. Akun TikTok @azkategar391 memiliki konten dengan fokus:

### 1. Tren TikTok

Azka tidak pernah ketinggalan tren yang sedang *hype* di TikTok. Misalnya, saat ada tantangan seperti “*Slow-Mo Challenge*” atau “*Glow-Up Transition*”, Azka ikut berpartisipasi dengan caranya sendiri. Dalam video *slow-mo*, Azka mungkin tampil dengan gaya keren, lengkap dengan efek dramatis dan latar lagu yang pas. Contohnya, ia bisa mengikuti tren ‘*transformasi*’ dari pakaian santai ke *outfit* formal, menambahkan elemen kejutan yang bikin penonton terhibur dan penasaran.



Gambar 1.3 Konten Azka Tegar

Sumber; Akun TikTok @azkategar391

## 2. *Dance & Lip-sync*

Azka sering terlihat menari dengan penuh energi mengikuti lagu-lagu viral seperti “Goyang TikTok” atau hits internasional. Tarian yang ia lakukan tidak hanya mengikuti gerakan standar, tapi juga diberi sentuhan personal yang membuatnya unik. Untuk *lip-sync*, ia sering memilih audio lucu atau potongan dialog dramatis. Misalnya, Azka bisa melakukan *lip-sync* dengan dialog dari film terkenal sambil membuat ekspresi wajah yang mengundang tawa, seolah ia benar-benar memerankan karakter tersebut.

Berkembangnya fenomena membuat banyak pertanyaan tentang peran gender, dan bagaimana batasan-batasan pada setiap gender, masih banyak pro kontra yang menyebar di masyarakat. Melihat kondisi masyarakat yang masih banyak memiliki pandangan konservatif terhadap peran gender. Sebagian masyarakat akan terganggu, karena merasa hal ini menyimpang dan melanggar norma, nilai-nilai budaya dan agama. Hal ini menimbulkan banyak ketakutan

masyarakat konservatif akan adanya inklusivitas gender dan kebebasan berekspresi yang sering bertentangan pada pandangan masyarakat konservatif.

**Tabel 1. 3 Stigmatisasi Peran Gender di Masyarakat**

Aspek Peran Gender	Stigma Terhadap Perempuan	Stigma Terhadap Laki-Laki
Ruang Domestik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengurus rumah tangga</li> <li>- Mengasuh anak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencari nafkah utama</li> <li>- Tidak berperan banyak dalam pekerjaan rumah tangga</li> </ul>
Ruang Publik	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurang kompeten dalam posisi kepemimpinan</li> <li>- Terbatas pada profesi guru, perawat dan pekerjaan administrasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak boleh bekerja di bidang pekerjaan feminism</li> </ul>
Ekspresi diri	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emosional yang tinggi</li> <li>- Kurang rasional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak boleh mengekspresikan kesedihan dan kelembutan</li> </ul>

*Dikelola peneliti 2024*

Stigma peran gender sudah sangat mengakar kuat pada masyarakat konservatif. Stereotip yang terjadi membuat batasan peran setiap gender, di tengah stereotip gender yang membuat kecantikan dominan kepada perempuan, *beauty influencer* laki-laki menawarkan ruang baru kepada para pengikutnya untuk mengekspresikan diri mereka dalam kecantikan tanpa terikat pada norma yang mengakar di masyarakat.

Dalam sejarah peradaban Yunani kuno, ekspresi gender tidak selalu bersifat kaku seperti yang sering diasumsikan dalam masyarakat modern. Pria Yunani, terutama dari kalangan aristokrat, sering mengenakan pakaian seperti chiton dan

himation, yaitu jubah panjang yang menyerupai gaun. Selain itu, mereka juga merawat tubuh mereka dengan minyak wangi, mencukur rambut tubuh, dan dalam beberapa kasus menggunakan kosmetik untuk menjaga kulit tetap cerah, karena kulit putih dianggap sebagai tanda status sosial yang tinggi. Beberapa kaisar Romawi, seperti Nero dan Elagabalus, dikenal memiliki ekspresi gender yang lebih fleksibel. Elagabalus, misalnya, dikisahkan sering mengenakan pakaian perempuan dan bahkan dikabarkan memiliki keinginan untuk menjalani operasi kelamin, meskipun hal ini masih menjadi perdebatan di kalangan sejarawan.

Sementara di Indonesia pada awal tahun 2000-an, istilah metroseksual mulai populer di Indonesia, terutama berkat pengaruh budaya Barat dan industri hiburan Korea. Pria metroseksual adalah mereka yang tetap maskulin tetapi lebih peduli terhadap perawatan diri, seperti menggunakan *skincare*, menata rambut, dan memakai pakaian yang lebih *fashionable*. Tren ini banyak dipopulerkan oleh aktor sinetron, model, dan musisi seperti grup *boyband* SM\*SH, yang mengikuti gaya K-pop dengan tampilan yang lebih rapi dan *stylish*. Saat ini, maskulinitas yang lebih feminin semakin diterima di Indonesia, khususnya di kalangan anak muda Gen Z. Tren ini terlihat dari banyaknya pria yang terbuka menggunakan *skincare*, memakai pakaian yang lebih eksperimental, dan tidak lagi merasa terikat dengan standar maskulinitas konvensional.

Dalam budaya modern industri hiburan Korea dan Jepang telah mengubah persepsi tradisional mengenai maskulinitas dengan mengintegrasikan unsur-unsur yang sebelumnya dianggap eksklusif untuk perempuan ke dalam penampilan dan perilaku pria. Di Korea, industri *K-pop* memainkan peran penting dalam fenomena ini. Artis-artis *K-pop* tidak hanya dikenal karena kemampuan bermusik mereka,

tetapi juga karena penampilan visual yang sangat estetis mulai dari penggunaan makeup halus, gaya rambut yang inovatif, hingga pilihan pakaian yang modis dan berani. Pendekatan visual yang kreatif ini mendorong kesan bahwa maskulinitas tidak semata-mata identik dengan kekasaran atau kekuatan fisik, melainkan juga dapat mengandung unsur keanggunan dan ekspresi emosional yang lebih lembut.

Perkembangan ini juga didorong oleh perubahan nilai-nilai sosial di era globalisasi, di mana media sosial dan platform digital memungkinkan penyebaran ide-ide tentang identitas gender yang lebih inklusif seperti *soft masculinity*. Generasi muda, yang terpapar pada keragaman budaya dan gaya hidup melalui internet, semakin merangkul konsep maskulinitas yang fleksibel. Mereka melihat bahwa mengekspresikan diri melalui *makeup*, *fashion*, dan perilaku yang lebih lembut bukanlah tanda kelemahan, melainkan bentuk keberanian untuk melampaui batasan-batasan tradisional dan menampilkan identitas yang sebenarnya.

*Beauty influencer* laki-laki masih mendapatkan banyak tantangan stigma buruk dalam penerimaan masyarakat, sehingga dengan permasalahan di atas kita perlu memahami dinamika fenomena yang terjadi, topik ini penting untuk diteliti untuk mencari konteks konsep diri dalam masyarakat. Media sosial memberikan ruang yang luas bagi kebebasan berpendapat, memungkinkan siapa saja untuk berbagi informasi dan berinteraksi tanpa batasan ruang dan waktu.

Fenomena yang terjadi menjelaskan bagaimana media sosial ternyata bukan hanya tempat untuk hiburan ataupun untuk mendapatkan informasi, namun dapat menjadi media untuk bernegosiasi tentang batasan peran gender (Marlina,

2019). Dengan demikian, penelitian bertujuan untuk menganalisis lebih dalam identitas diri pengikut *beauty influencer* laki-laki TikTok.

Penelitian ini bertujuan memahami proses pembentukan identitas diri laki-laki yang terlibat dalam komunitas kecantikan di TikTok. Melalui proposal penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada akun *@azkhategar*. Hal ini penting untuk memahami peran dari *beauty influencer* laki-laki dalam kecantikan dunia digital, khususnya TikTok dalam membentuk dan mendukung perubahan pandangan peran gender kecantikan seorang pengikut *beauty influencer* tersebut.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan penelitian ini adalah bagaimana konsep diri pengikut *beauty influencer* laki-laki di TikTok (Studi Fenomologi Pada Pengikut Akun TikTok *@azkategar391*)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah peneliti paparkan di atas, maka adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep diri pengikut *beauty influencer* laki-laki di TikTok (Studi Fenomologi Pada Pengikut Akun TikTok *@azkategar391*).

## 1.4 Manfaat Penelitian

### A. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat secara teoritis untuk menambah pemahaman pembaca tentang identitas diri dan memperkaya bahan diskusi pembaca terhadap persepsi terhadap

kecantikan. Penelitian ini juga akan memberikan wawasan tentang pandangan preferensi peran gender di masyarakat

## B. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat secara praktis untuk menjadi bahan kampanye mengubah peran gender konservatif dalam promosi kesetaraan gender. Perusahaan pada industri kecantikan juga dapat mempertimbangkan untuk kerja sama dengan *beauty influencer* laki-laki di TikTok.

### 1.5 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah mengamati konsep diri pengikut *beauty influencer* TikTok @azkategar391. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana eksposur terhadap konten dari *beauty influencer* ini mempengaruhi cara pengikut memahami dan membentuk konsep diri mereka, terutama dalam konteks penampilan, rasa percaya diri, dan identitas sebagai laki-laki yang mengikuti *beauty influencer*, serta perubahan dalam persepsi mereka terhadap kecantikan dan perawatan diri setelah mengikuti akun @azkategar391.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi Intrapersonal**

Komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung di dalam diri individu tanpa melibatkan orang lain secara langsung. Dalam komunikasi ini, seseorang berbicara dengan dirinya sendiri, merenungkan pikiran, atau memproses informasi yang diterima dari lingkungan. Proses ini mencakup dialog internal, pengambilan keputusan, dan pengolahan persepsi terhadap situasi atau emosi tertentu. Komunikasi intrapersonal sering kali menjadi dasar bagi perilaku manusia, karena melibatkan analisis pribadi dan refleksi yang mendalam. Contohnya ketika seseorang berbicara dalam hati untuk menenangkan diri ketika merasa gugup atau cemas.

Komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Proses ini mencakup dialog internal, seperti berbicara dengan diri sendiri, serta pengamatan dan persepsi, baik secara intelektual maupun emosional, terhadap lingkungan di sekitar. Komunikasi intrapersonal terjadi dalam bentuk refleksi batin dan bisa berlangsung bahkan ketika seseorang sedang berada bersama orang lain. Contohnya adalah saat individu memikirkan sesuatu di dalam pikirannya meskipun sedang berbicara dengan orang lain. Proses komunikasi ini sering menyoroti pentingnya persepsi dalam memengaruhi perilaku manusia. Dibandingkan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi intrapersonal terjadi lebih sering karena sifatnya yang internal dan berkesinambungan. Secara khusus, komunikasi ini memungkinkan individu untuk membayangkan, berimajinasikan,

memahami, serta menyelesaikan berbagai masalah melalui proses berpikir di dalam pikiran mereka sendiri (Kustiawan dkk., 2022).

Dalam bukunya *Psikologi Komunikasi* (1994), Jalaluddin Rakhmat menekankan bahwa komunikasi intrapersonal adalah bentuk komunikasi yang paling mendasar, karena menjadi dasar bagi semua bentuk komunikasi lainnya, termasuk komunikasi interpersonal dan kelompok. Komunikasi intrapersonal juga erat kaitannya dengan persepsi, yaitu cara seseorang memahami dan menafsirkan informasi yang diperoleh dari dunia sekitarnya. Persepsi ini kemudian memengaruhi bagaimana individu berperilaku, membuat keputusan, atau menyelesaikan masalah. Dalam prosesnya, komunikasi intrapersonal memungkinkan seseorang untuk membayangkan berbagai skenario, memecahkan masalah secara kreatif, dan merenungkan pengalaman untuk mencapai pemahaman yang lebih baik tentang dirinya sendiri maupun lingkungannya.

## 2.2 Teori Konsep Diri

Konsep diri menurut George Herbert Mead (2008) sangat mendalam dan merefleksikan pemahaman humanis. Ide-ide ini sangat menekankan pada peran sosial dalam pembentukan identitas, yang juga selaras dengan pandangan humanistik bahwa manusia secara inheren terkait dengan komunitas dan hubungan sosial mereka. Mead menyatakan bahwa, pada dasarnya konsep diri terdiri dari jawaban individu atas pertanyaan "Siapa aku?". Konsep diri mencakup kesadaran individu mengenai peran khususnya dalam serangkaian hubungan sosial yang sedang berlangsung. Kesadaran diri ini merupakan hasil dari proses refleksi yang tidak tampak, dimana individu melihat tindakan-tindakan pribadi, baik yang nyata maupun potensial, dari sudut pandang orang lain yang berhubungan dengannya.

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri sendiri. Persepsi ini dapat bersifat psikologis, sosial, dan fisik. Menurut William D. Brooks (Jalaludin Rakhmat 2015: 98), konsep diri mencakup pandangan yang lebih luas terkait bagaimana kita memahami diri kita sendiri dalam berbagai aspek kehidupan. Konsep diri merupakan unsur yang penting dalam komunikasi, pemahaman yang baik terhadap diri sendiri dan orang lain akan sangat menentukan keberhasilan dalam sebuah komunikasi (Ibrahim, 2017).

Berk (1996) menjelaskan bahwa perkembangan konsep diri dimulai pada usia 2 tahun, ketika anak mulai menyadari keberadaan dirinya melalui cermin, foto, atau rekaman video. Pada masa kanak-kanak awal, konsep diri anak bersifat konkret dan sering kali didasarkan pada karakteristik seperti nama, penampilan fisik, barang-barang milik, dan perilaku sehari-hari. Saat memasuki masa kanak-kanak pertengahan, terjadi transformasi dalam cara anak memahami diri. Mereka mulai mendeskripsikan diri dengan menggunakan istilah yang mencerminkan sifat-sifat kepribadian dan mampu membandingkan karakteristik diri mereka dengan teman-teman sebayanya, menciptakan kesadaran yang lebih dalam tentang siapa mereka dalam konteks sosial. Konsep diri menyatu dalam sebuah kesatuan yang dinamis, dimana setiap bagiannya saling berinteraksi dengan harmonis dan saling mendukung. Setiap elemen, baik secara individu maupun sebagai keseluruhan, berhubungan secara organik dengan dunia luar, menciptakan hubungan yang baik.

Menurut Rogers (1961) perkembangan *self-concept* atau konsep diri pada manusia, terutama dari masa anak-anak. Konsep diri terbentuk melalui interaksi dengan lingkungan sosial, terutama dengan orang-orang terdekat seperti orang tua, anggota keluarga, dan teman. Dalam proses tersebut, anak mengembangkan

kesadaran diri yang dikenal sebagai *self-image* (citra diri), yang mencakup cara seseorang melihat dirinya sendiri melalui identifikasi dengan aspek-aspek kognitif, afektif, dan perilaku orang lain. Seiring waktu, *self-image* berkembang menjadi *self-concept*, atau konsep diri yang lebih matang dan kompleks. Konsep ini saling memengaruhi antara diri dan lingkungan sekitar (Widiarti, 2017) mencakup evaluasi terhadap kemampuan dan pandangan diri, serta kemampuan membedakan diri sendiri dengan orang lain.

Menurut Rogers 1961 (*Self-Concept Theory*), teori konsep diri adalah cara seseorang memahami dan merasakan siapa dirinya. Terdiri dari tiga aspek penting:

1. Citra diri (*Selfimage*): Bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri, baik kekuatan maupun kelemahannya.
2. Diri ideal (*Idealself*): Gambaran tentang siapa yang ingin kita jadi, cita-cita dan harapan yang kita tetapkan untuk diri sendiri.
3. Harga diri (*Selfesteem*): Seberapa besar penghargaan dan penerimaan diri yang kita berikan kepada diri kita, mencerminkan rasa percaya diri dan kepuasan terhadap siapa kita saat ini.

Ketiga aspek ini membantu kita memahami dan merasakan nilai, serta arah hidup yang kita inginkan. Kebutuhan perkembangan konsep diri terbagi lagi menjadi dua, yaitu *conditional positive regard* (penghargaan positif bersyarat) dan *unconditional positive regard* (penghargaan positif tanpa syarat). Pada dasarnya, individu memiliki kebutuhan akan penghargaan positif. Sejak kecil, ia akan dipengaruhi oleh sikap orang-orang terdekatnya dan harapan-harapan yang mereka miliki untuknya. Anak belajar untuk memahami apa yang harus dilakukan, apa yang

harus dicapai, atau sikap seperti apa yang diinginkan oleh orang-orang penting di sekitarnya, agar ia bisa mendapatkan penghargaan positif dari mereka.

Kondisi ini memungkinkan anak untuk menyadari, bahwa pujian, perhatian, dan penerimaan yang ia terima dari orang lain bergantung pada apakah ia berperilaku sesuai dengan harapan mereka. Dengan kata lain, penghargaan positif yang ia dapatkan adalah hasil dari perilaku yang dianggap benar atau sesuai. Hal ini yang dimaksud dengan penghargaan positif bersyarat, yaitu ketika seorang menyadari, bahwa ia hanya akan mendapatkan penghargaan positif jika ia berperilaku sesuai dengan harapan orang lain.

Contoh penghargaan positif bersyarat yang dapat kita temukan dalam kehidupan sehari-hari, seperti dalam dunia *beauty influencer* juga. Ketika seorang *beauty influencer* mendapatkan banyak komentar positif dan dukungan dari teman-teman, serta pengikutnya. Ia merasa dihargai dan terhubung dengan komunitas yang memiliki minat yang sama. Saat seseorang mengomentari video tutorialnya dengan pertanyaan, maka *beauty influencer* dengan senang hati menjawab dan berbagi tips, merasa bangga dapat membantu orang lain. Hal ini berpengaruh juga kepada para pengikutnya yang akan merasa mendapatkan afirmasi dari kolom komentar.

Teori Rogers Tahun 1961 (*Self-Concept Theory*), dapat berhubungan dengan intrapersonal yang memainkan peran penting dalam pengembangan dan pemeliharaan konsep diri individu.

## 1. Komunikasi Intrapersonal dan Konsep Diri

Komunikasi intrapersonal adalah dialog batin kita, termasuk pemikiran, refleksi, dan penilaian diri. Dalam pandangan Rogers (1961),

komunikasi ini sangat penting karena sebagian besar proses pembentukan konsep diri terjadi di dalam diri kita.

- a. Refleksi Diri: Setiap individu terus merenungkan pengalaman hidup, emosi, dan tindakan mereka. Proses refleksi ini membantu kita memahami siapa diri kita. Melalui pemikiran dan dialog batin, kita menciptakan gambaran diri kita (*self-image*) siapa kita di mata kita sendiri, dan bagaimana kita melihat diri kita di mata orang lain.
- b. Evaluasi Diri: Kita sering membandingkan diri kita yang sebenarnya dengan diri kita yang kita cita-citakan (*ideal self*). Dalam percakapan batin ini, kita mungkin bertanya, "Apakah aku sudah menjadi orang yang kuinginkan?" atau "Apa yang bisa aku lakukan untuk menjadi lebih baik?" Penilaian semacam ini memengaruhi
- c. *self-esteem*, atau bagaimana kita menghargai diri kita sendiri.
- d. Kognisi dan Perasaan Internal: Ketika ada ketidaksesuaian antara diri yang kita lihat sekarang (*self-image*) dan diri yang kita inginkan (*ideal self*), kita mungkin merasa tidak puas atau frustrasi namun, ketika ada harmoni antara keduanya, komunikasi intrapersonal ini menjadi lebih positif, dan kita merasakan penerimaan diri yang lebih dalam, yang menjadi inti dari kesejahteraan psikologis.

**Tabel 2. 1 Teori Konsep Diri**

Penemu	Teori Carl Rogers
Teori	( <i>Self-Concept Theory</i> )
Tahun	1961
Indikator	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Citra diri (<i>Self-image</i>):</li> <li>2. Diri ideal (<i>Ideal self</i>)</li> <li>3. Harga diri (<i>Self-esteem</i>)</li> </ol>
Pandangan teori	<p>Setiap individu memiliki pemahaman subjektif tentang dirinya, yang disebut sebagai <i>self-concept</i>. Teori ini menggambarkan <i>self-concept</i> sebagai bagaimana seseorang memandang dan menilai dirinya. Carl Rogers (1961) menyoroti bahwa <i>self-concept</i> atau konsep diri seseorang sangat memengaruhi cara dia berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Intinya, teori ini menunjukkan bagaimana pandangan seseorang tentang dirinya (konsep diri) membentuk persepsi, cara berbicara, dan cara mendengarkan dalam berkomunikasi.</p>

### 2.3 Teori Fenomenologi

Fenomenologi sebagai teori berangkat dari pemikiran Edmund Husserl (2012) yang menekankan pentingnya pengalaman subjektif dalam memahami realitas. Teori ini tidak melihat kenyataan sebagai sesuatu yang bersifat objektif dan terpisah dari manusia, melainkan sebagai sesuatu yang selalu hadir dalam kesadaran individu. Dalam pandangan fenomenologi, dunia tidak hanya dipahami melalui data empiris atau statistik, tetapi melalui bagaimana manusia mengalami dan memberi makna terhadap dunia tersebut secara langsung. Oleh karena itu, makna dianggap lahir dari hubungan antara subjek dan fenomena yang dihadapinya.

Edmund Husserl (2012) menyatakan bahwa pengalaman merupakan dasar dari segala bentuk pengetahuan. Melalui pengalaman langsung terhadap suatu objek atau peristiwa, individu mengembangkan pemahaman terhadap dunia di sekitarnya. Dalam fenomenologi, hal ini disebut dengan istilah intentionalitas, yaitu bahwa setiap bentuk kesadaran manusia selalu diarahkan kepada sesuatu. Artinya, pengalaman sadar manusia tidak pernah kosong atau netral, tetapi selalu memiliki orientasi terhadap objek tertentu, baik berupa gagasan, nilai, maupun peristiwa yang dialami.

Fenomenologi sebagai teori menekankan bahwa realitas sosial tidaklah tunggal. Realitas dibentuk, dimaknai, dan dihidupi oleh individu berdasarkan konteks sosial dan budayanya. Hal ini berarti bahwa identitas, peran gender, serta pandangan terhadap diri dan orang lain bukanlah sesuatu yang diberikan begitu saja oleh masyarakat, melainkan hasil dari proses pemaknaan yang dilakukan secara aktif oleh individu berdasarkan pengalaman hidupnya. Oleh sebab itu, dalam pendekatan fenomenologi, penting untuk menggali bagaimana seseorang mengalami fenomena tertentu dan bagaimana ia memberi makna terhadap fenomena tersebut melalui proses refleksi dan kesadaran diri.

Dalam konteks penelitian ini, teori fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana laki-laki yang mengikuti akun TikTok *beauty influencer* [@azkhategar391](#) membentuk konsep diri mereka. Pengalaman mengikuti akun tersebut tidak hanya berdampak pada pengetahuan atau preferensi kecantikan semata, tetapi juga berpengaruh terhadap bagaimana para pengikut laki-laki menilai

dan memahami diri mereka sendiri, terutama dalam kaitannya dengan identitas maskulin. Sebagaimana dijelaskan pada bab sebelumnya, para pengikut ini hidup dalam masyarakat multietnis seperti Kota Medan yang memiliki norma dan nilai maskulinitas tradisional yang kuat. Dalam kondisi ini, mengikuti konten *beauty influencer* laki-laki sering kali berseberangan dengan pandangan budaya dominan, sehingga menciptakan konflik batin dan tekanan sosial tertentu.

Dengan memahami fenomenologi sebagai teori, maka pengikut *beauty influencer* tidak diposisikan sebagai objek yang pasif, melainkan sebagai subjek aktif yang mengalami, menafsirkan, dan merespons konten kecantikan secara personal. Mereka melalui proses komunikasi intrapersonal dan refleksi diri yang kompleks dalam membentuk citra diri, membandingkan dengan diri ideal, dan mengukur harga diri mereka. Proses ini sangat sejalan dengan teori konsep diri oleh Carl Rogers yang akan dijelaskan pada bagian selanjutnya.

Dengan demikian, teori fenomenologi menjadi sangat relevan dan mendasar dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan bagaimana pengalaman subjektif pengikut *beauty influencer* laki-laki menjadi landasan pembentukan konsep diri. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat menggali makna terdalam dari pengalaman sosial yang dialami oleh para pengikut dalam kehidupan digital yang terus berkembang.

## 2.4 Teori Struktural Konflik Gender

Kata "gender," jika ditinjau secara terminologis, merupakan kata serapan kamus *Webster*, gender diartikan sebagai "perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan dilihat dari segi nilai dan tingkah laku" (Victoria, 1984). Dalam *Women's Studies Encyclopedia*, gender dijelaskan sebagai suatu konsep kultural

yang menciptakan pembedaan dalam hal peran, perilaku, mentalitas, dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat (Helen, 1986).

Hilary M. Lips, dalam bukunya *Sex and Gender: An Introduction*, mengungkapkan, bahwa gender diartikan sebagai harapan-harapan budaya terhadap laki-laki dan perempuan (*cultural expectations for women and men*) (Hilary, 2001). Pendapat ini sejalan dengan pandangan kaum feminis menurut Nasaruddin. Dalam memahami gender, Heddy Shri Ahimsa (2000) membedakannya menjadi enam pengertian:

1. Gender sebagai istilah asing dengan makna tertentu.
2. Gender sebagai fenomena sosial budaya.
3. Gender sebagai kesadaran sosial.
4. Gender sebagai persoalan sosial budaya.
5. Gender sebagai konsep untuk analisis.
6. Gender sebagai perspektif untuk memandang kenyataan.

Untuk penelitian ini, fokus akan lebih tertuju pada gender sebagai istilah asing dan sebagai perspektif untuk melihat realitas. Peran gender dapat berbeda-beda tergantung pada ras, etnik, agama, dan budaya. Dalam konteks ini, peran gender dapat dikategorikan dalam empat bidang utama: produksi, reproduksi, masyarakat, dan politik perempuan (KPPPA RI, 2022). Pembentukan peran gender terjadi melalui proses sosialisasi, sehingga sifatnya menjadi dinamis dan terus berkembang (Siqueira dkk., 2021). Hingga saat ini, ketimpangan gender masih menjadi isu yang nyata di Indonesia. Indeks Ketimpangan Gender (IKG) Nasional pada tahun 2020 menunjukkan angka 0,40, yang mengindikasikan bahwa

ketimpangan ini menyebabkan kerugian dalam pencapaian pembangunan manusia sebesar 40% (Badan Pusat Statistik, BPS, 2021).

Menurut Laili Rahmah (2021), gender merupakan sebuah modifikasi yang dilekatkan dan diinstitusikan secara sosial dan struktural kepada kaum laki-laki dan perempuan. Hal ini mencakup peran yang berkaitan dengan hak dan kewajiban dalam ruang lingkup gender. Sebagai contoh, perempuan sering kali diidentikkan dengan sifat lemah lembut, kasih sayang, sikap keibuan, kecantikan, dan emosi (Husna Nashihin, 2019). Sedangkan laki-laki memiliki ciri-ciri yang umum diasosiasikan meliputi tubuh yang kekar, pemikiran yang lebih rasional, serta paras yang tampan. Sifat yang melekat pada ibu dapat bergeser dan dipertukarkan antar individu, menunjukkan bahwa gender merupakan sifat yang melekat pada baik laki-laki maupun perempuan, yang dikonstruksi secara sosial dan kultural (Al Mujahidin Noor, Husna Nashihin, 2022).

Menurut Noor teori sosial konflik menyoroti, bahwa perbedaan dan ketimpangan gender antara laki-laki dan perempuan bukanlah hasil dari perbedaan biologis, tetapi lebih merupakan dampak dari penindasan yang dilakukan oleh kelompok-kelompok yang berkuasa dalam konteks relasi produksi. Dalam hal ini, hubungan suami-istri bisa dipandang mirip dengan dinamika antara proletar dan borjuis, hamba dan tuan, atau pemeras dan yang diperas. Artinya, ketimpangan peran gender dalam masyarakat bukanlah sesuatu yang ditentukan oleh kodrat, melainkan merupakan konstruksi sosial yang dapat diubah.

Sementara itu, teori struktural fungsional menawarkan perspektif lain dengan menekankan bahwa masyarakat terdiri dari berbagai elemen yang saling

berinteraksi. Teori ini berusaha untuk mengidentifikasi unsur-unsur penting dalam masyarakat, menggali fungsi dari masing-masing elemen, dan menjelaskan bagaimana elemen-elemen tersebut berkontribusi dalam menjaga keseimbangan dan keteraturan sosial (Rahmawati & Muid Nawawi, 2024).

Pembagian gender yang ada sering kali merupakan penyederhanaan dari realitas sosial. Sifat, peran, posisi, dan tanggung jawab tidak lagi terbatas pada kategori laki-laki atau perempuan. Saat ini, banyak perempuan berperan sebagai tulang punggung keluarga dan aktif di berbagai profesi. Pada sisi lain, semakin banyak laki-laki yang terlibat dalam urusan domestik, sering kali karena tuntutan pekerjaan mereka (Elindawati, 2021). Contohnya, laki-laki yang berprofesi sebagai pengacara atau teknisi komputer dapat melaksanakan tugas mereka dari rumah atau seorang ibu rumah tangga dapat juga bekerja menjadi dokter dan lain sebaginya. Hal ini menunjukkan bahwa peran gender dapat bersifat fleksibel, menciptakan peluang yang lebih setara bagi semua individu, tanpa memandang jenis kelamin. Begitu juga dengan *beauty influencer* yang merupakan sebuah pekerjaan. Pekerjaan tersebut dapat digambarkan sebagai seorang pencari nafkah yang dominan tugas laki-laki, namun profesi yang dijalankan bersifat feminis.

Kesetaraan gender dapat dicapai dengan menegakkan peraturan yang tegas mengenai perkawinan, khususnya untuk mencegah terjadinya perkawinan anak bagi perempuan. Selain itu, penting untuk memperjuangkan kesetaraan gender di bidang pendidikan. Perempuan di desa perlu mendapatkan motivasi, inspirasi, dan akses ke pendidikan di luar jenjang wajib, agar mereka memiliki kesempatan untuk meraih pendidikan yang lebih tinggi dan meningkatkan kualitas hidup mereka (KPPPA RI, 2021a).

Kesetaraan gender berarti menciptakan kondisi dimana laki-laki dan perempuan memiliki hak dan kesempatan yang setara untuk berpartisipasi dalam berbagai bidang, seperti politik, ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, pembangunan, serta pertahanan dan keamanan (Sulistiyowati, 2020). Di Indonesia, tujuan kesetaraan gender diatur dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) tahun 2020-2024, yang bertujuan untuk meningkatkan kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan. Dengan demikian, artikel ini ditulis untuk menganalisis ketimpangan gender yang ada serta mengupas upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan, sesuai dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) (Larashati, 2022).

## 2.5 Media Baru

Media baru, terutama yang dipicu oleh internet, telah mengubah cara hidup kita secara signifikan dalam waktu yang relatif singkat. Banyak inovasi utama yang muncul dari perkembangan ini, salah satunya adalah media sosial. Media sosial mengubah landscape jurnalistik dan hiburan secara drastis. Banyak kemudahan yang kita dapatkan seperti akses informasi yang mudah, hiburan yang beragam dan kecepatan *real-time reporting*, namun banyak juga kontra yang di media sosial seperti kecanduan, disinformasi dan menurunnya kualitas interaksi sosial. Hal ini melahirkan banyak pro kontra yang tidak berujung seperti kehadiran *beauty influencer* laki-laki yang menjadi fenomena di masyarakat.

Menurut Jandy Luik (2020) adapun manfaat dari kebaruan media sebagai berikut:

- a. Proses komunikasi yang berbasis pengguna: Memungkinkan individu untuk berinteraksi secara langsung dan membangun hubungan.
- b. Proses komunikasi berbasis karakteristik dari sebuah medium atau aplikasi: Setiap platform memiliki fitur unik yang memengaruhi cara komunikasi dilakukan.
- c. Proses komunikasi yang tersegmentasi dan meresap ke masyarakat: Memungkinkan penyampaian pesan yang lebih tepat sasaran kepada audiens yang berbeda.

Harapannya adalah adanya kesadaran (*awareness*) dari para komunikator ketika berkomunikasi melalui media baru, termasuk dalam pembuatan konten. Selain itu, diharapkan terwujud proses komunikasi yang mampu mengintegrasikan ketiga manfaat tersebut.

Media baru mengubah proses komunikasi manusia secara signifikan. Dengan hadirnya media baru, proses komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah (*one-way flow*) kini dapat berkembang menjadi dua arah (*two-way flow*) bahkan aliran multi-arah (*multi-way flow*). Dari transmisi penyiaran pesan melalui satu stasiun televisi atau radio ke audiens, kini terjadi penyebaran atau distribusi pesan melalui akun pengguna di platform seperti TikTok kepada banyak pengguna. Dalam platform jaringan ini, interaksi dapat terjadi tidak hanya antara pengirim pesan dan penerima pesan, tetapi juga antara sesama penerima pesan (Luik, 2020).

### **2.5.1 Media Sosial**

Media sosial saat ini berkembang pesat dan sudah memiliki berbagai macam jenis seperti TikTok, Facebook, Instagram, YouTube. Setiap platform memiliki

karakter unik yang menarik pengguna untuk berinteraksi dan berbagi informasi. Media sosial, sebagai salah satu representasi dunia maya, membuat sekat-sekat ruang privasi dan rahasia pribadi setiap individu menjadi lebih terbuka dan transparan, dan semua ini dilakukan dengan kesadaran. Data pribadi seperti nama lengkap, jenis kelamin, tempat dan tanggal lahir, tingkat pendidikan, pekerjaan, hobi, serta status hubungan, bahkan foto-foto dari masa kecil hingga dewasa dan hingga usia tua, kini dapat diakses oleh publik (Sumadiria, 2014) sedangkan jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi.

Jejaring ini menunjukkan cara dimana mereka berhubungan berdasarkan kesamaan sosialitas, mulai dari orang-orang yang dikenal sehari-hari hingga keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh Profesor J.A. Barnes pada tahun 1954. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat oleh satu atau lebih tipe relasi spesifik, seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain (Kustiawan dkk., 2022).

Media sosial memiliki keunikan yang membedakannya dari media tradisional. Menurut Nasrullah (2015), terdapat beberapa karakter penting yang membuat media sosial menjadi kampanye sebagai platform yang dinamis, yakni:

1. Jaringan (*Network*): Media sosial berfungsi berkat jaringan yang menghubungkan komputer dan perangkat lainnya, memungkinkan pertukaran informasi yang cepat dan efisien.

2. Informasi (*Information*): Informasi adalah pusat dari segala aktivitas. Pengguna membentuk identitas, berbagi cerita, dan berinteraksi dengan orang lain berdasarkan informasi yang mereka bagikan dan temukan.
3. Arsip (*Archive*): Segala hal yang dibagikan di media sosial tersimpan dan bisa diakses kapan saja (*anytime*), membuatnya menjadi semacam perpustakaan digital yang selalu terbuka di media sosial.
4. Interaksi (*Interactivity*): Media sosial bukan hanya soal menambah teman atau pengikut, tetapi tentang membangun interaksi nyata di dunia maya. Pengguna saling terhubung, berbincang, dan bertukar ide dengan cara yang lebih personal.
5. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*): Media sosial menciptakan dunia virtual tempat orang berkumpul, berbagi, dan berkomunikasi, dengan pola dan dinamika yang sering berbeda dari kehidupan nyata.
6. Konten oleh Pengguna (*User generated Content*): Di sini, setiap orang memiliki kesempatan untuk berkontribusi. Pengguna tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi kreator aktif yang membentuk dan mengisi platform dengan konten yang mereka buat sendiri.

Dengan karakter-karakter ini, media sosial menawarkan ruang bagi kreativitas, interaksi, dan ekspresi diri yang tak terbatas. Media sosial telah berkembang dengan sangat cepat menjadi platform baru untuk *public relations* (kehumasan) dalam masyarakat, mengubah banyak aspek kehidupan kita. Sebagai alat persuasi, media sosial mampu memengaruhi persepsi dan perilaku publik. Melalui komunikasi di media sosial, reputasi dan kepercayaan dapat diperkuat atau dibangun, baik untuk individu maupun institusi. Oleh karena itu, memahami cara

menggunakan media sosial secara efektif adalah kebutuhan zaman yang penting, agar kita dapat berkomunikasi dengan baik dan saling memengaruhi antara pemberi dan penerima informasi.

Kini, hampir setiap orang mengakses internet untuk mencari informasi global dengan berbagai cara. Tidak ada yang dapat mengabaikan pengaruh internet dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari kita (Ahmad, 2020). Setiap hari, media sosial menghadirkan inovasi dan perubahan yang signifikan. Menurut Gerbner (1960), media massa, terutama televisi dan kini media digital seperti (TikTok dan Instagram), berperan penting dalam membentuk persepsi tentang dunia nyata. Jika individu terus-menerus terpapar pada standar kecantikan, maskulinitas, atau gaya hidup tertentu yang ditampilkan oleh *influencer* atau selebriti di media sosial, mereka dapat mulai percaya bahwa gambaran tersebut merupakan realitas yang diinginkan atau normal.

Kelompok sosial yang berbeda-beda dapat mengembangkan pandangan dunia yang sama melalui eksposur yang konsisten terhadap pesan media yang serupa. Dalam konteks pengikut *beauty influencer* laki-laki, ini bisa berarti bahwa berbagai individu dari latar belakang yang berbeda mulai mengadopsi konsep diri atau identitas kecantikan yang mirip berdasarkan konten yang mereka lihat. Dalam konteks identitas diri, ini berarti individu bisa mulai merasa bahwa untuk diterima atau dilihat sebagai bagian dari kelompok sosial tertentu, mereka perlu menyesuaikan diri dengan nilai-nilai yang dipromosikan oleh *influencer* atau media massa, seperti standar kecantikan atau gaya hidup. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mendalam dan menyelidiki setiap aspek perubahan tersebut, mengingat dampaknya yang signifikan terhadap kondisi sosial masyarakat saat ini.

## 2.5.2 Aplikasi TikTok

TikTok adalah aplikasi yang menawarkan berbagai efek spesial yang unik dan menarik, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah membuat video pendek yang keren dan memikat perhatian banyak orang. Diluncurkan pada September 2016, TikTok merupakan jejaring sosial dan platform video musik asal Tiongkok. Aplikasi ini sangat populer di kalangan berbagai kalangan, termasuk orang dewasa dan anak-anak, karena kemampuannya untuk menyajikan konten kreatif yang menyenangkan. Aplikasi TikTok memungkinkan penggunanya untuk membuat video musik berdurasi pendek sekitar 15 detik hingga 10 menit dengan mudah. Diluncurkan pada September 2016, TikTok dikembangkan oleh perusahaan asal Tiongkok, ByteDance Inc. Mereka kemudian mengembangkan sayap bisnisnya di Indonesia dengan meluncurkan aplikasi video musik dan jejaring sosial yang bernama TikTok, yang segera menarik perhatian banyak orang. TikTok adalah platform yang menghubungkan jutaan orang dari seluruh dunia melalui momen-momen kreatif yang berharga.

Aplikasi TikTok memungkinkan siapa saja, dari berbagai latar belakang, untuk menjadi konten kreator. Dengan TikTok, setiap orang diajak untuk berbagi ekspresi diri mereka dengan cara yang unik, menyebarkan inspirasi, dan menunjukkan kreativitas tanpa batas. Konten media *online* dibuat oleh pemilik atau pengelola situs web serta pemilik akun media sosial. Mereka adalah wartawan, humas, warga, dan pengguna internet aktif yang disebut warganet (*netizen*) (Pardianti & M.S, 2022).

Pertumbuhan TikTok di Indonesia telah menarik perhatian banyak orang karena ragam konten yang kreatif dan beragam. Para kreator menghadirkan berbagai pilihan yang memungkinkan pengguna menelusuri, menikmati, dan memilih konten yang sesuai dengan minat serta preferensi mereka, menjadikan pengalaman di TikTok lebih personal dan menyenangkan.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Untuk mengkaji dan menelaah lebih jauh mengenai konsep diri pengikut *beauty influencer* laki-laki di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, berikut terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan bagi peneliti untuk melihat perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Adapun yang menjadi persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu:

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

Mutuara Nanda Sami Sugra - Konsep Diri Pengikut Beauty Influencer Laki-Laki ....

	Nama	Judul	Metode	Kesimpulan	Perbedaan	Persamaan	Sumber
1	Shola Brela Agustina Nugrahani dan Farida	<i>Men with Gender Minority as a Beauty influencer on TikTok</i>	Metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Metode ini dipilih untuk menekankan pendalaman data dan kualitas data yang	<p>Rekonstruksi Maskulinitas: Penelitian menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan redefinisi maskulinitas, dimana norma tradisional dapat dipertanyakan dan diubah, memberikan ruang bagi ekspresi emosi dan penampilan tanpa mengorbankan nilai-nilai maskulinitas tradisional.</p> <p>Kesimpulannya, TikTok menjadi platform penting bagi individu dengan gender minoritas untuk mengekspresikan diri dan membentuk identitas yang lebih inklusif.</p>	Jurnal ini berfokus pada identitas dan interaksi virtual dari <i>beauty influencer</i> laki-laki, serta bagaimana mereka membentuk identitas di platform TikTok dan merekonstruksi maskulinitas melalui konten yang mereka buat. Sementara itu, penelitian ini lebih menekankan pada konsep diri pengikut <i>beauty influencer</i> laki-laki, dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami bagaimana pengikut membangun identitas dan konsep diri mereka berdasarkan pengaruh dari <i>influencer</i> @azkhategar391.	Baik jurnal pertama maupun kedua menyoroti pentingnya identitas dan ekspresi diri. Jurnal pertama membahas bagaimana <i>influencer</i> laki-laki membentuk identitas virtual mereka, sementara jurnal kedua mengeksplorasi bagaimana pengikut membangun konsep diri mereka berdasarkan pengaruh dari <i>influencer</i> .	<i>Journal of Development and Social Change</i> , Vol. 5, No. 2, Oktober 2022. p-ISSN 2614-5766.
2.	Dianingtyas Putri	Analisis Konsep Diri	Pendekatan kualitatif dengan	Pembentukan konsep diri Generasi Z dipengaruhi oleh	Jurnal ini meneliti pengikut secara umum dari <i>influencer</i>	Kedua penelitian meneliti bagaimana	Jurnal Ilmiah

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/2/26 35

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)2/2/26

Mutiara Nanda	Dan Dinara Sufisna, L - Konsep Sosial Dalam Media Sosial Melalui Konten TikTok Shaza Zhania sebagai Beauty influencer	Gen Z wawancara informasi yang merupakan pengikut Shaza Zhania. Teori interaksionisme simbolik digunakan untuk menganalisis pembentukan makna dan pemahaman diri dalam konteks interaksi sosial yang dipengaruhi oleh media sosial.	wawancara informasi yang merupakan pengikut Shaza Zhania. Teori interaksionisme simbolik menunjukkan, bahwa individu membentuk makna dan pemahaman diri melalui interaksi dengan orang lain. Pola asuh yang positif dan komunikasi terbuka berperan penting dalam membentuk cara individu merespons konten media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung merefleksikan diri dan melihat sisi positif dari informasi yang diterima, sehingga penting bagi masyarakat untuk memperhatikan dampak media sosial dalam membentuk persepsi generasi ini dan memberikan dukungan yang konstruktif.	interaksi sosial dan konten media sosial, terutama dari <i>influencer</i> seperti Shaza Zhania di TikTok. Teori interaksionisme simbolik menunjukkan, bahwa individu membentuk makna dan pemahaman diri melalui interaksi dengan orang lain. Pola asuh yang positif dan komunikasi terbuka berperan penting dalam membentuk cara individu merespons konten media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung merefleksikan diri dan melihat sisi positif dari informasi yang diterima, sehingga penting bagi masyarakat untuk memperhatikan dampak media sosial dalam membentuk persepsi generasi ini dan memberikan dukungan yang konstruktif.	perempuan, yang mencakup berbagai latar belakang dan pengalaman sedangkan penelitian ini secara khusus meneliti pengikut laki-laki, yang dapat memberikan wawasan berbeda tentang bagaimana gender memengaruhi persepsi dan konsep diri.	media sosial, khususnya TikTok, mempengaruhi konsep diri pengikut. Penelitian tentang pengaruh <i>beauty influencer</i> menunjukkan bahwa konten yang disajikan dapat membentuk citra diri dan preferensi konsumen.	Muqoddi mah Jurnal Ilmu Sosial Politik dan Humman iora 7(1):176 DOI:10.3 1604/jim v7i1.202 3.176- 183
3	Endah Iri Aryani dan Isni Reniati	Konsep Diri Pengguna Media Sosial TikTok pada Mahasiswa	Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan	Media sosial TikTok berperan penting dalam pembentukan konsep diri mahasiswa. Penggunaan TikTok oleh mahasiswa/i Pendidikan	Jurnal ini melihat pengaruh media sosial secara umum terhadap mahasiswa, termasuk bagaimana mereka menyesuaikan diri dengan	Kedua penelitian menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami bagaimana	Jurnal Ilmiah Muqoddi mah vol

Mutiara Nanda Safitri Siregar - Konsep Diri Sosiologi	Pendidikan Sosiologi	desain fenomenologi. Sumber data utama adalah hasil wawancara mendalam dengan mahasiswa dan mahasiswi Pendidikan Sosiologi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sebagai informan pengguna media sosial TikTok.	Sosiologi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa menciptakan proses adaptasi dan imitasi yang memengaruhi identitas diri mereka. Tindakan, pikiran, diri, dan masyarakat saling berinteraksi dalam membentuk konsep diri, di mana mahasiswa menciptakan konten yang mencerminkan refleksi diri dan masyarakat.	norma sosial di lingkungan akademis. Penelitian ini lebih terfokus pada dinamika pengaruh <i>influencer</i> dalam industri kecantikan, yang dapat mencakup aspek-aspek seperti penampilan fisik dan standar kecantikan yang ditetapkan oleh masyarakat	pengguna TikTok membentuk konsep diri mereka melalui interaksi dengan media sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, dalam hal ini TikTok, berperan penting dalam pembentukan identitas dan konsep diri pengguna, baik dalam konteks pendidikan maupun dalam konteks pengaruh <i>influencer</i> .	7, No (2023)	
4	Christivia HadiPutri dan Ahmad Junaidi	Pembentukan Konsep Diri <i>Beauty Vlogger</i> Laki-laki di Instagram	metode fenomenologi, yang berfokus pada pemahaman pengalaman individu terkait fenomena tertentu. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara	Konsep diri <i>beauty vlogger</i> laki-laki di Instagram dipengaruhi oleh dukungan sosial dari orang tua dan teman, perbandingan sosial dengan <i>vlogger</i> lain, ajaran budaya yang menekankan nilai-nilai positif, serta evaluasi diri yang melihat <i>make-up</i> sebagai bentuk ekspresi kreatif. <i>Make-up</i> dianggap sebagai seni yang melampaui batasan gender, memungkinkan mereka untuk mengekspresikan kreativitas dan feminitas.	Jurnal ini menggunakan Instagram sebagai platform utama, yang memiliki karakteristik visual dan interaksi yang berbeda dibandingkan TikTok, yang lebih berfokus pada video pendek dan tren.	Kedua penelitian berfokus pada konsep diri, baik dari perspektif pembuat konten ( <i>vlogger</i> ) maupun pengikut. Keduanya mengeksplorasi bagaimana interaksi dengan konten kecantikan mempengaruhi cara individu melihat diri mereka sendiri. Kedua penelitian menggunakan pendekatan	Koneksi EISSN 2598 - 0785

Mutiara Nanda Safitri Siregar - Konsep Diri Pengikut Beauty Influencer	mendalam, <b>observasi tanpa partisipasi langsung, dan pengumpulan data online.</b>				fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif individu.		
5	Nawan Sumardiono	Representasi identitas gender <i>influencer</i> laki-laki dengan ekspresi gender <i>feminin</i> di Instagram	Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang berkaitan dengan masalah sosial atau manusia. Metode analisis konten konvensional digunakan untuk menganalisis data dan menafsirkan maknanya, dengan tujuan untuk menangkap makna, penekanan, tema, serta memahami organisasi dan proses bagaimana pesan disajikan	Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa ekspresi gender laki-laki <i>feminin</i> di media sosial, khususnya melalui <i>influencer</i> seperti Mimi Peri, mencerminkan negosiasi identitas yang kompleks. <i>Influencer</i> ini berhasil menampilkan diri dengan cara yang sesuai dengan harapan masyarakat heteronormatif, meskipun mereka mengekspresikan identitas gender yang tidak konvensional. Melalui konten yang diunggah, mereka menunjukkan nilai-nilai positif dan karakter yang dapat diterima oleh masyarakat, seperti kepedulian terhadap keluarga dan lingkungan. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa ekspresi gender bukanlah sesuatu yang tetap, melainkan	Jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten untuk mengeksplorasi representasi identitas gender sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman dan makna yang dibangun oleh pengikut terhadap <i>influencer</i> .	Kedua penelitian membahas tentang <i>influencer</i> laki-laki, meskipun dengan fokus yang berbeda. Jurnal pertama meneliti bagaimana <i>influencer</i> laki-laki dengan ekspresi gender <i>feminin</i> merepresentasikan identitas mereka di Instagram, sedangkan skripsi kedua mengeksplorasi bagaimana pengikut membentuk konsep diri mereka berdasarkan interaksi dengan <i>influencer</i> laki-laki di TikTok. Kedua penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif.	<i>Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi, DOI 10.30872 /bricolage.v8i1.1234.</i>

Mutiara Nanda	Safitri Siregar - Konsep Diri Pengikut Beauty Influencer Laki-Laki ....	hasil dari interaksi sosial yang terus-menerus dinegosiasikan			
---------------	---	---	--	--	--

*Dikelola peneliti 2025*



## UNIVERSITAS MEDAN AREA

-----  
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah  
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

39  
Document Accepted 2/2/26

Access From (repository.uma.ac.id)2/2/26

## 2.7 Kerangka Berpikir

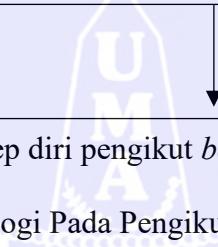
Fenomenologi *beauty influencer* laki-laki di TikTok kehadiran *beauty influencer* laki-laki @azkhategar391



Teori Konsep Diri (Carl Rogers, 1961)

Proses internal (bagaimana individu memandang diri sendiri) dan proses sosial (umpan balik dari orang lain). *Influencer* memengaruhi konsep diri pengikut.

1. Citra diri (*Selfimage*):
2. Diri ideal (*Ideal self*)
3. Harga diri (*Selfesteem*)



Analisis konsep diri pengikut *beauty influencer* laki-laki di TikTok (Studi Fenomologi Pada Pengikut Akun TikTok @azkhategar391).

Gambar 2.4 Kerangka Berpikir

### A. Fenomena Awal

Fenomena kehadiran *beauty influencer* laki-laki di TikTok, khususnya akun @azkhategar391. Fenomena ini bukan hanya menarik dari segi media dan konten, tetapi juga menantang norma sosial dan gender di masyarakat, khususnya di kota Medan.

## B. Teori Konsep Diri (Carl Rogers, 1961)

Fenomena tersebut kemudian dianalisis menggunakan teori konsep diri yang dikemukakan oleh Carl Rogers. Rogers menjelaskan bahwa konsep diri seseorang dibentuk dari:

1. Citra diri (Self-image): Bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri.
2. Diri ideal (Ideal self): Gambaran tentang diri yang ingin dicapai.
3. Harga diri (Self-esteem): Seberapa besar penghargaan terhadap diri sendiri.

Dalam konteks penelitian ini, ketiga elemen konsep diri dipengaruhi oleh interaksi para pengikut laki-laki dengan konten beauty influencer yang mereka konsumsi di TikTok. Konten tersebut memberikan stimulus visual, verbal, dan nilai-nilai baru yang mungkin berseberangan dengan nilai maskulinitas tradisional. Interaksi dengan konten tersebut tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi memicu proses komunikasi intrapersonal (refleksi, evaluasi, dan penyesuaian diri). Para pengikut akan menimbang antara nilai-nilai sosial yang mereka pegang dengan representasi diri ideal yang muncul akibat pengaruh beauty influencer.

## C. Analisis Konsep Diri Pengikut

Akhirnya, kerangka berpikir ini mengarahkan pada analisis mengenai bagaimana konsep diri pengikut laki-laki terbentuk dan berkembang sebagai hasil dari pengalaman mereka mengikuti beauty influencer laki-laki. Analisis dilakukan secara fenomenologis, yang berarti fokus pada pemaknaan subjektif, pengalaman langsung, dan refleksi diri dari para informan.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat fenomenologi yang menggunakan pendekatan kualitatif yang digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam di dalam lingkungan alami. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, terlibat langsung dalam pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Proses pengumpulan data sering dilakukan secara triangulasi, yaitu dengan menggabungkan berbagai sumber data untuk memastikan validitas dan keakuratan temuan.

Analisis data kualitatif bersifat induktif, yang berarti peneliti berupaya menemukan pola, tema, dan makna dari data yang dikumpulkan, tanpa menggunakan hipotesis awal yang sudah ditentukan. Fokus utama penelitian ini adalah pada pemahaman yang mendalam mengenai makna dan pengalaman, bukan pada generalisasi hasil ke pada populasi yang lebih luas. Seperti yang dinyatakan oleh Sugiyono (2014), mengatakan penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemaknaan terhadap fenomena, bukan sekadar mencari hasil yang dapat digeneralisasi.

Peneliti berusaha untuk memahami realitas dari sudut pandang subjek penelitian, serta mengungkap kompleksitas interaksi sosial dan makna yang ada di balik fenomena yang sedang dikaji.

Fenomenologi merupakan salah satu metode yang berfokus pada pengalaman individu dan persepsi mereka terhadap fenomena tertentu. Dalam

konteks ini, fenomena yang diteliti adalah konsep diri pengikut *beauty influencer* laki-laki di TikTok dengan akun TikTok [@azkategar391](#). Creswell (2009) mengemukakan bahwa fenomenologi adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami makna mendasar dari pengalaman hidup sekelompok individu terkait suatu fenomena tertentu.

Menurut Creswell, fenomenologi (2009) menitikberatkan pada deskripsi subjektif dari pengalaman individu, dengan penekanan pada cara individu memberi makna pada pengalaman mereka. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali tema-tema universal yang muncul dari pengalaman tersebut, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang esensi fenomena yang sedang diteliti, melalui perspektif personal setiap individu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial dan dinamika yang terlibat dalam konsep diri, dengan fokus pada narasi dan pengalaman yang diperoleh langsung dari subjek penelitian.

### 3.2 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, informan yang akan dijadikan subjek adalah laki-laki yang mengikuti akun TikTok [@azkhategar391](#) dan aktif berinteraksi dengan konten yang disajikan oleh *beauty influencer* tersebut. Pemilihan informan dilakukan dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu memilih individu yang memiliki pengalaman dan relevansi dengan fenomena yang diteliti. Kriteria dari informan penelitian ini sebagai berikut:

1. Laki-laki
2. Usia 15-35 Tahun

3. Mengikuti akun TikTok *@azkhategar391* dalam rentang waktu cukup lama (minimal 4 bulan)
4. Memiliki pengalaman dan persepsi terhadap konten TikTok *@azkhategar391*
5. Berasal dari Kota Medan
6. Tidak memiliki hubungan khusus dengan *influencer*.

**Tabel 3. 1 Informan Penelitian**

No	Uraian	Jumlah	Keterangan
1	Psikolog	1	Informan Kunci
2	Pengikut Terlama	2	Informan Utama
3	Pengikut	2	Informan Tambahan
Jumlah		5	

Azka Tegar awalnya direncanakan menjadi salah satu informan kunci dalam penelitian ini karena relevansi perannya dengan topik yang dibahas. Namun, dalam proses komunikasi, tidak ada respons yang memadai dari pihak Azka Tegar, sehingga tidak memungkinkan untuk melanjutkan wawancara atau pengumpulan data. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk mengganti informan kunci dengan pihak lain yang memiliki kesesuaian karakteristik dan topik penelitian.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif meliputi wawancara, observasi, dokumentasi studi literatur.

Ketiga metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data dari berbagai sudut pandang, yang pada akhirnya dapat meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian melalui proses triangulasi data.

## 1 Wawancara

Peneliti akan melakukan wawancara mendalam secara langsung dengan para pengikut TikTok `@azkhategar391` yang berjenis kelamin laki-laki dan aktif mengikuti akun TikTok `@azkategar391`. Wawancara ini akan menggali pengalaman, perasaan, dan persepsi mereka terkait konsep diri setelah mengikuti *beauty influencer* laki-laki. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memungkinkan subjek menceritakan pengalaman mereka secara bebas, namun tetap berada dalam koridor pertanyaan penelitian. Wawancara merupakan salah satu metode yang paling umum digunakan dalam pengumpulan data penelitian kualitatif. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali berbagai perspektif dan pengalaman responden dalam beragam situasi dan konteks. Penggunaan wawancara harus dilakukan secara cermat, dengan memastikan bahwa data yang diperoleh divalidasi melalui triangulasi dengan sumber data lain untuk menjaga keakuratannya (Saroso, 2017).

## 2 Observasi

Peneliti akan melakukan observasi partisipan dengan memantau aktivitas dan interaksi para pengikut di akun TikTok `@azkhategar391`. Hal ini bertujuan untuk memahami lebih lanjut bagaimana mereka merespons konten yang diunggah oleh *influencer* serta menilai dampaknya terhadap perilaku dan sikap para pengikut. Creswell (2013) mendefinisikan observasi sebagai pengumpulan data melalui indera manusia. Dalam konteks yang alami, observasi merupakan

tindakan mengamati fenomena sosial di dunia nyata dan mencatat kejadian-kejadian saat mereka terjadi. Dengan kata lain, observasi melibatkan penggunaan indera sebagai alat utama untuk mengumpulkan data. Pada era teknologi yang canggih saat ini, observasi dapat diperkaya dengan penggunaan alat seperti video, yang tetap memerlukan keterlibatan indera manusia dalam proses pengamatannya.

### 3 Dokumentasi

Dokumentasi terhadap berbagai konten TikTok [@azkhategar391](https://www.tiktok.com/@azkhategar391) juga akan dikumpulkan untuk melihat tren konten yang disukai oleh pengikutnya. Dokumentasi ini akan meliputi video, komentar, serta interaksi lain yang terjadi di platform tersebut. Menurut Zuriah (2009), dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui peninggalan tertulis, seperti arsip, buku teori, pendapat, dalil, atau hukum, serta materi lain yang relevan dengan topik penelitian. Dengan demikian, dokumen dapat berfungsi sebagai catatan mengenai aktivitas, kegiatan, atau peristiwa yang telah terjadi, yang kemudian dicatat dan dikumpulkan menjadi arsip.

### 4. Studi Literatur

Studi literatur adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari berbagai sumber informasi tertulis, seperti buku, jurnal, artikel, laporan penelitian, dan dokumen lainnya yang relevan dengan topik yang diteliti. Zed (2014) menyebutkan bahwa studi literatur merupakan langkah penting dalam penelitian karena memungkinkan peneliti untuk memahami

teori, konsep, dan temuan-temuan sebelumnya yang dapat mendukung dan memperkuat kerangka penelitian yang sedang disusun.

Sugiyono (2015) juga menjelaskan bahwa studi literatur membantu peneliti untuk mengidentifikasi celah-celah dalam penelitian sebelumnya, sehingga peneliti dapat mengembangkan pertanyaan penelitian yang lebih fokus dan relevan. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti tidak hanya memperkaya wawasan teoritis, tetapi juga membangun dasar ilmiah yang kuat untuk penelitian yang sedang dilakukan.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data menjadi langkah penting untuk memahami lebih dalam tentang fenomena yang sedang diteliti. Penelitian ini berfokus pada bagaimana konsep diri pengikut *beauty influencer* laki-laki di TikTok, khususnya pengikut akun @azkategar391, terbentuk dan berkembang. Untuk menganalisis data yang diperoleh, peneliti menggunakan pendekatan yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang mengandalkan tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali data secara lebih terstruktur dan mendalam, sehingga hasilnya bisa lebih mudah dipahami dan dapat dipertanggungjawabkan.

#### 1. Reduksi Data

Data yang dikumpulkan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan direduksi atau disederhanakan. Hal ini dilakukan dengan memilih informasi

yang relevan dengan tujuan penelitian, terutama terkait dengan konsep diri pengikut *beauty influencer* laki-laki di TikTok.

## 2. Penyajian Data

Setelah tahap reduksi data, penulis akan menyajikan data dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan format teks naratif. Penyajian ini dapat dilengkapi dengan berbagai representasi visual, seperti tabel, bagan (*chart*), atau elemen visual lainnya. Pendekatan ini bertujuan untuk memfasilitasi pemahaman yang lebih baik mengenai temuan penelitian, serta memberikan konteks yang jelas tentang pola dan hubungan.

## 3. Kesimpulan

Setelah melalui semua langkah analisis, peneliti akan menyusun kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis. Kesimpulan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana konsep diri pengikut *beauty influencer* laki-laki di TikTok terbentuk dan dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan konten yang disajikan oleh *influencer* tersebut.

### 3.5 Sumber Data dan Penyajian

Sumber data dalam penelitian ini merupakan elemen yang krusial, karena kualitas data yang diperoleh akan secara langsung memengaruhi hasil penelitian. Dalam konteks penelitian ini, terdapat dua (2) kategori data yang akan dianalisis: data primer dan data sekunder.

## 1. Data Primer

Menurut Burhan Bungin (2006:122), data primer merujuk pada data yang diperoleh langsung dari sumber pertamanya, yang berkaitan dengan lokasi atau objek penelitian. Data primer ini dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi yang langsung diambil dari informan. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data primer secara langsung dari informan melalui wawancara mendalam yang bertujuan untuk menggali pengalaman subjektif mereka. Selain itu, observasi terhadap interaksi informan di platform TikTok dan dokumentasi konten yang diunggah oleh *influencer* *@azkhategar391* juga akan dilakukan. Informan yang terpilih adalah laki-laki yang aktif mengikuti dan berinteraksi dengan konten kecantikan yang dipresentasikan oleh *influencer* tersebut, sehingga dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai pengaruh konten terhadap konsep diri mereka

## 2. Data Sekunder

Data sekunder, seperti yang dinyatakan oleh Burhan Bungin (2006), adalah data yang diperoleh dari sumber kedua yang relevan dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, data sekunder akan diperoleh dari berbagai sumber, termasuk buku, artikel, dan literatur yang berkaitan dengan konsep diri, pengaruh media sosial, serta fenomena *beauty influencer*. Data sekunder ini berfungsi untuk memberikan kerangka teoritis yang kuat dan memperkaya analisis terhadap

bagaimana interaksi dengan konten TikTok dapat mempengaruhi perkembangan konsep diri pengikut laki-laki.

### 3.6 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Medan dengan subjek penelitian yang terdiri dari laki-laki yang menjadi pengikut akun TikTok @azkhategar391. Subjek penelitian dipilih secara purposive dan snowball, yaitu mereka yang secara aktif terlibat dengan konten yang disajikan oleh akun tersebut dan memiliki pengalaman dalam mengikuti tren kecantikan yang diperkenalkan oleh sang influencer. Pemilihan ini bertujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana interaksi mereka dengan konten tersebut memengaruhi persepsi diri dan konsep kecantikan yang mereka anut.

### 3.7 Jadwal Penelitian

**Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian**

No.	Kegiatan	Bulan																												
		September 2024				Oktober 2024				November 2024				Desember 2024				Januari 2025				Februari 2025				Maret 2025				
		1	2	3	4	1	2	1	1	1	1	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Pengajuan Judul																													
2.	Penyusunan Proposal																													
3.	Bimbingan dan Perbaikan Proposal																													
4.	Seminar Proposal																													

### 3.8 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, analisis triangulasi digunakan sebagai teknik untuk memastikan keabsahan data. Teknik ini bertujuan untuk mengukur kredibilitas data agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Triangulasi berfungsi memverifikasi kebenaran jawaban informan dengan membandingkannya menggunakan berbagai sumber data. Menurut Sugiyono (2015), triangulasi dilakukan dengan menggabungkan berbagai sumber informasi atau metode pengumpulan data yang berbeda. Teknik ini membantu peneliti mendapatkan gambaran yang lebih lengkap dan objektif. Penelitian ini secara khusus menerapkan triangulasi sumber, yang melibatkan penggunaan data dari beberapa sumber untuk memperkuat validitas temuan.

### 3.8.1 Tringulasi Sumber

## 1. Wawancara Mendalam dengan Psikolog

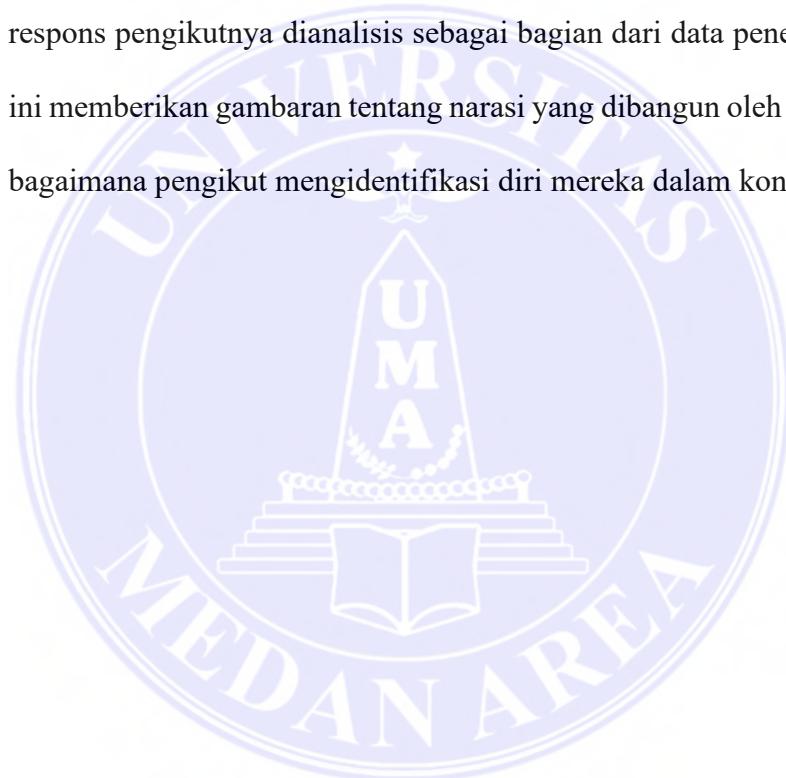
Wawancara dilakukan dengan psikolog yang ahli dibidangnya. Hal ini bertujuan untuk menggali pengalaman dan pandangan yang beragam mengenai bagaimana para pengikut *beauty influencer* laki-laki ini membangun konsep diri melalui interaksi dengan konten Azka Tegar.

## 2. Observasi Aktivitas di Media Sosial

Observasi dilakukan dengan memantau interaksi pengikut di akun TikTok Azka Tegar, seperti komentar, likes, dan respon terhadap konten. Data ini penting untuk memahami pola komunikasi dan bagaimana pengikut mengekspresikan diri di ruang digital.

## 3. Analisis Dokumentasi Digital

Dokumentasi berupa konten TikTok yang diproduksi oleh Azka Tegar dan respons pengikutnya dianalisis sebagai bagian dari data penelitian. Konten ini memberikan gambaran tentang narasi yang dibangun oleh influencer dan bagaimana pengikut mengidentifikasi diri mereka dalam konteks tersebut.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Konsep diri pengikut *beauty influencer* laki-laki di TikTok telah membuka ruang baru bagi laki-laki untuk mengeksplorasi konsep diri. memberikan informasi mengenai perawatan diri, tetapi juga membantu membentuk identitas baru yang lebih positif, percaya diri, dan terbebas dari stereotip maskulinitas konvensional. Melalui interaksi dengan konten yang tidak terbatas pada norma gender tradisional. Akun *@azkhategar391*, mampu memengaruhi cara pandang, perilaku, dan penerimaan diri para pengikutnya. Melalui konten yang edukatif, kreatif, dan inklusif, *beauty influencer* ini tidak hanya

1. Citra Diri (*Self-Image*): Pengikut mulai melihat bahwa merawat diri bukan hanya untuk perempuan. Mereka menjadi lebih terbuka terhadap skincare dan makeup sebagai bagian dari ekspresi diri.
2. Diri Ideal (*Ideal Self*): Ada perubahan dalam standar penampilan yang diinginkan. Mereka mulai menganggap kulit bersih dan sehat sebagai bagian dari maskulinitas modern.
3. Harga Diri (*Self-Esteem*): Pengaruh konten dari *beauty influencer* ini terhadap harga diri pengikutnya bervariasi. Mereka merasa lebih nyaman dengan identitas mereka dan lebih bebas mengekspresikan diri.

Penelitian ini dilakukan semata-mata untuk tujuan akademis dan tidak bermaksud untuk menyinggung, mendiskreditkan, atau memihak pihak tertentu.

## 5.2 Saran

1. Penelitian ini diharapkan tidak hanya menjadi referensi akademis, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi masyarakat, khususnya dalam memahami peran media sosial dalam mempromosikan inklusivitas gender dan ekspresi diri.
2. Penelitian juga berharap peneliti lanjutan yang mengkaji dampak jangka panjang keterlibatan pengikut laki-laki di komunitas kecantikan terhadap perubahan stereotip gender di masyarakat. Peneliti dapat mendiskusikan lebih mendalam bagaimana stigma gender yang dihadapi para pengikut di masyarakat konservatif dapat direndam melalui interaksi mereka dengan konten Azka Tegar.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Pendekatan dan Praktiknya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. *Universitas Widya Dharma Klaten*, 431, 136.

Ahmad, A. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Avant Garde*, 8(2), 134. <https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158>

Al Mujahidin Noor, Husna Nashihin, M. (2022). Teori dan Analisis Wacana Keadilan serta Kesetaraan Gender pada Perempuan. *Students' Difficulties at Elementary School in Increasing Literacy Ability*, 4(1), 1–12.

Astuti, R., & Kiki, K. A. (2024). Pengaruh Komunikasi Persuasif Akun TikTok @tasyafarasya Terhadap Minat Beli Produk Somethinc di Kalangan Mahasiswa. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 9499–9510. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11564>

Berk, L. E. (1996). *Infants, Children, and Adolescence*. USA: Allyn & Bacon.

Bungin, B. (2006). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications.

Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.

Diniyah, N., Hanum, F., & Apriantika, S. G. (2023). Transformasi Nilai Maskulinitas Laki-Laki Pengguna Kosmetik. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(1), 61–72. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v12i1.58087>

Echols, J. M., & Shadily, H. (1983). *Kamus Bahasa Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia.

Effect, T. H. E., Beauty, O. F., Fairness, P. P., Purchase, T., On, D., & Products, S. (2023). Pengaruh *Beauty influencer* dan Perceived Price Fairness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 305–317. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.305>

Elindawati, R. (2021). Perspektif Feminis dalam Kasus Perempuan sebagai Korban Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi. *AL-WARDAH: Jurnal Kajian Perempuan, Gender Dan Agama*, 15(2), 181–193. <https://doi.org/10.46339/al-wardah.xx.xxx>

Eviany. (2020). Komunikasi Persuasif Dalam Mendukung Komitmen. *Modul Komunikasi Persuasif*, 5(3), 248–253.

Ferdinand, A. G. (2019). Konten. *Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering ASCE*, 120(11), 259.

Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172–199. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>

Ibrahim, I. (2017). Konsep Diri dalam Komunikasi. *Al-Hikmah*, 11(2), 187–204. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v11i2.851>

Indah Lestari, N., Ramadani, M., Noor Syrah, A., & Anggreini, S. (2024). Peran *Beauty influencer* Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z. *Sains Manajemen*, 9(2), 56–72. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i2.8044>

Khafidza, Z., & Andjarsari, F. D. (2023). Pengaruh Identitas Diri dan Dukungan Sosial Keluarga terhadap Quarter Life Crisis Pada Mahasiswa. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 117–125. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3.3365>

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia (KPPPA RI). (2021). *Pembangunan Manusia Berbasis Gender 2021*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia.

Ahmad, A. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Avant Garde*, 8(2), 134. <https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1158>

Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia. *Universitas Widya Dharma Klaten*, 431, 136.

Al Mujahidin Noor, Husna Nashihin, M. (2022). Teori dan Analisis Wacana Keadilan serta Kesetaraan Gender pada Perempuan. *Students' Difficulties at Elementary School in Increasing Literacy Ability*, 4(1), 1–12.

Astuti, R., & Kiki, K. A. (2024). Pengaruh Komunikasi Persuasif Akun TikTok @tasyafarasya Terhadap Minat Beli Produk Somethinc di Kalangan Mahasiswa. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 9499–9510. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11564>

Diniyah, N., Hanum, F., & Apriantika, S. G. (2023). Transformasi Nilai Maskulinitas Laki-Laki Pengguna Kosmetik. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(1), 61–72. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v12i1.58087>

Effect, T. H. E., Beauty, O. F., Fairness, P. P., Purchase, T., On, D., & Products, S. (2023). Pengaruh *Beauty influencer* dan Perceived Price Fairness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 9(1), 305–317. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.305>

Elindawati, R. (2021). Perspektif Feminis dalam Kasus Perempuan sebagai Korban Kekerasan Seksual di Perguruan Tinggi. *AL-WARDAH: Jurnal Kajian Perempuan, Gender Dan Agama*, 15(2), 181–193. <https://doi.org/10.46339/al-wardah.xx.xxx>

Eviany. (2020). Komunikasi Persuasif Dalam Mendukung Komitmen. *Modul Komunikasi Persuasif*, 5(3), 248–253. KOMUNIKASI PERSUASIF

Faisal, M. (2022). *Penerapan nilai multikultural pada acara adat horja di Desa Hutapadang Kecamatan Pakantan Kabupaten Madailing Natal* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan)

Ferdinand, A. G. (2019). Konten. *Journal of Geotechnical and Geoenvironmental Engineering ASCE*, 120(11), 259.

Ibrahim, I. (2017). Konsep Diri dalam Komunikasi. *Al-Hikmah*, 11(2), 187–204. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v11i2.851>

Indah Lestari, N., Ramadani, M., Noor Syrah, A., & Anggreini, S. (2024). Peran Beauty influencer Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Make Up Pada Generasi Z. *Sains Manajemen*, 9(2), 56–72. <https://doi.org/10.30656/sm.v9i2.8044>

Rakhmat, J. (1994). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Khafidza, Z., & Andjarsari, F. D. (2023). Pengaruh Identitas Diri dan Dukungan Sosial Keluarga terhadap Quarter Life Crisis Pada Mahasiswa. *IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 117–125. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v7i3.3365>

Kustiawan, W., Fadillah, U., Sinaga, F. K., Hattaradzani, S., Hermawan, E., Juanda, M. D., Suryadi, A., & Fahmi, R. R. (2022). Komunikasi Intrapersonal. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 150. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11930>

Larashati. (2022). Ketimpangan Dan Peningkatan Kesetaraan Gender Dalam Sdgs ( Sustainable Development Goals ). *Jurnal Sains Edukatika Indonesia*, 4(2), 55–61.

Lester, S. (1999). *An Introduction to Phenomenological Research*. Taunton: Stan Lester Developments.

Luik, J. (2020). MEDIA BARU SEBUAH PENGANTAR Edisi Pertama. *Kencana, Prenamedia Group*, 152hlm. [http://repository.petra.ac.id/19444/3/44\\_Publikasi1\\_06002\\_6825](http://repository.petra.ac.id/19444/3/44_Publikasi1_06002_6825)

Marlina, I. (2019). Paham Gender Melalui Media Sosial. *Habitus: Jurnal Pendidikan, Sosiologi, & Antropologi*, 2(2), 225. <https://doi.org/10.20961/habitus.v2i2.28800>

Maya, A. W., & Indasari, F. (2023). Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap Mental Dan Karakter ( Studi pada Pelatih Pendidik Tamtama TNI AD KODAM II SWJ Palembang ). *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 02, 28–35. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/jsikom>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological Research Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Pardianti, M. S., & S, V. V. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 187–210. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1905>

Patala, R., & Pratiwi, D. (2023). *Penyuluhan Pemilihan dan Penggunaan Kosmetik yang Aman Tanpa Bahan Kimia Berbahaya Terhadap Remaja*. 2(1), 23–28.

Putera, G. H. (2020). *Rekonstruksi Pendidikan Karakter di Indonesia: Analisis Filosofis Terhadap Tunjuk Ajar Melayu (Butir-Butir Budaya Melayu Riau Karya Tenas Effendy)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Rahajeng, R. S. (2022). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini Di Kabupaten Magetan. *Repository of Muhammadiyah University of Ponorogo*, 2022, 40.

Rahmawati, N., & Muid Nawawi, A. (2024). Kesetaraan Gender dalam Tafsir Al-Mishbah: Antara Teori Konflik Sosial dan Teori Struktural Fungsional. *Jurnal Bimas Islam*, 17(1), 161–184. <https://doi.org/10.37302/jbi.v17i1.1292>

Widiarti, P. W. (2017). Konsep Diri (Self Concept) Dan Komunikasi Interpersonal Dalam Pendampingan Pada Siswa Smp Se Kota Yogyakarta. *Informasi*, 47(1), 135. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i1.15035>

Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi* (Edisi ke-30). Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rogers, C. R. (1961). *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. Houghton Mifflin.

Saroso, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Media.

Siqueira, L. P. de, Tedesco, A. M., Meli, P., Diederichsen, A., & Brancalion, P. H. S. (2021). Gender Inclusion in Ecological Restoration. *Restoration Ecology*, 29(7), 1–5. <https://doi.org/10.1111/rec.13497>

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sulistyowati, Y. (2020). Kesetaraan Gender dalam Lingkup Pendidikan dan Tata Sosial. *IJouGS: Indonesian Journal of Gender Studies*, 1(2), 1–14. <https://doi.org/10.21154/ijougs.v1i2.2317>

UUD 1945 28E tentang kebebasan untuk mengembangkan diri.

Widiarti, P. W. (2017). Konsep Diri (Self Concept) Dan Komunikasi Interpersonal Dalam Pendampingan Pada Siswa SMP Se-Kota Yogyakarta. *Informasi*, 47(1), 135. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i1.15035>

Wijaya, A. (2018). *Teknik Analisis Data dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Media Akademi.

Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia



## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Pedoman Observasi

1. Mengamati jenis konten yang dominan diunggah oleh akun *@azkhategar391*, seperti tema, gaya visual, dan tren yang diikuti.
2. Mengamati beberapa pengikut di akun TikTok *@azkategar391* yang aktif dalam *like* komen atau *share* konten Azka di kota Medan.
3. Mengamati karakteristik umum followers berdasarkan komentar, foto profil, dan gaya bahasa yang digunakan (usia, gender, minat).
4. Mengamati bagaimana followers merespons isu gender, kecantikan, dan ekspresi diri yang ditampilkan oleh Azka Tegar melalui kontennya.



## Lampiran 2

### Pedoman Wawancara

#### Informan

##### A. Identitas Responden

1. Nama : Endang Haryati, S.Psi, M.Psi
2. Jenis kelamin : Perempuan
3. Pekerjaan : Dosen Psikologi

##### B. Daftar Wawancara

1. Menurut observasi dan penelitian yang ibu lakukan, bagaimana TikTok khususnya *beauty influencer* laki-laki dapat mempengaruhi konsep diri seseorang?

Ini adalah proses pembentukan diri, tidak jarang juga mereka dalam proses pembentukan diri, jadi mereka mencari role model khususnya konten. Jadi kenapa seorang laki-laki bisa mengikuti *beauty influencer* laki-laki, pertama mereka mengamati, selanjutnya mereka ingin mencoba, setelah mereka mencoba mereka merasakan sesuatu yang berbeda. Ternyata kalau kita mengikuti tren di TikTok *mengasikkan*. Mereka *beauty influencer* kan, melakukan *grooming* yang mungkin selama ini mereka abaikan, ada sebagian yang melanjutkan, ada juga sebagian yang bosan, *kok keknya waktu ku habis disini sini saja*, akhirnya ini hanya semacam tren saja, kan ini menjadi tren *beauty influencer* laki-laki. Sebetulnya kebanyakan *beauty* ini *kan wanita*, namun kalau laki-laki juga perlu merawat diri, itu akan berangkat dari sana *yah*, tapi ini ditahap dewasa awal *yah*. Apalagi di saat ada ketertarikan dengan lawan jenis mereka ingin tampil lebih *maximal*, apalagi saat melakukan pertemuan dengan lawan jenisnya mereka melakukan perawatan fisik agar mereka terlihat menarik tampil dan bersih. *Nah muncullah beauty vlogger* pria tadi yang menjadi sosok role model mereka, *nah* itu hanya sebatas penampilan fisik, yang di khawatirkan saat kalo ini akhirnya menjadi *habbit*, jadi kebiasaan ini yang membahayakan karena pada akhirnya mereka dapat berperilaku seperti *beauty vlogger* yang mereka ikuti tadi. Kalau dari segi mereka bersikap secara pria, tidak masalah yang di khawatirkan jika mereka sudah menyimpang, karena kebanyakan seperti itu *yah* karena mereka terlalu mamainkan perannya sebagai seorang *@vlogger* yang memperhatikan segala sesuatu lalu mereka lupa dengan kodratnya. Okelah kalau mereka hanya sekedar *grooming* melakukan perawatan rambut, mencukur jenggot, jambang tidak masalah. Namun masalahnya mereka sudah lebih detail lagi *groomingnya* terkait perilaku mereka juga akan seperti itu mereka akan menyerupai sebagai seorang wanita, hanya sekedar mengagumi *sih, ga* masalah apalagi untuk merawat anggota tubuh mereka mencukur dan lain sebaginya *take* video dan lain sebagainya tapi *jangan lebih dari itu*.

2. Konsep diri ini bisa tercipta dari citra diri, harga diri dan diri ideal, apakah ketiga indikator ini dapat berpengaruh dari konten *beauty influencer* laki-laki?

Bisa, dalam kita bergaul dalam menerangkah hidup kita terhadap orang lain, namun intinya adalah bagaimana konsep pembentukan diri ini sesuai dengan harapan, sesuai dengan napa yang mereka hadapi saat ini, jadi konsep diri dipengaruhi oleh ketiga hal yang kamu *sebutkan* tadi. Kalau konsep diri itu terbentuk sesuai dengan apa yang

diharapkan, mudah-mudahan ini tidak akan terlalu melenceng jauh, yang jadi masalah konsep dirinya ini sudah diluar dari, ini *lah* yang menjadi lahirnya gender ketiga. Adanya laki-laki. perempuan, ada laki-laki *enggak* perempuan *enggak*, ini yang jadinya bias.

3 Apakah ada pengaruh dari konten *beauty influencer* ini terhadap kepercayaan diri seorang pengikut *beauty influencer* laki-laki?

Memang ada plus minusnya *yah*, plusnya itu adalah mereka dapat meningkatkan percaya diri kalau mereka melihat *beauty vlogger* tadi karena mereka mengidentifikasi mereka akan teridentifikasi meniru gayanya seperti apa, perawatan diri otomatis mereka akan tempil percaya diri di lingkungan sosialnya, apalagi kalau mereka melakukan pendekatan lawan jenisnya seperti yang ibu bilang tadi, cuman minusnya memang bukan menurunkan percaya diri, *nah* khawatirnya mereka larut dalam dunia yang memang bukan dunia yang sebenarnya terlalu merawat diri mengalahkan yang wanitanya, jadi untuk meningkatkan percaya dirinya.

4 Mungkin ada dampak lain positif atau negatif saat kita mengikuti *beauty influencer* laki-laki ini?

Mungkin *peer educator* dan peran teman sebaya, mungkin dia ikut-ikutan teman sebayanya, atau mungkin mereka punya komunitas. Mereka melihat TikTok itu-itu saja mau tidak mau dia terikut dengan itu.

5 Jadi bagaimana cara menyeimbang agar tidak terlalu jauh mengikuti *beauty influencer*? Kita harus mengambil segi positifnya apa?, Kita mengikuti dia karna apa, mungkin karena meningkatkan kepercayaan diri dengan cara merawat diri. Merawat diri hanya sebatas yang wajar aja, ga harus pakai skincare yang gimana. Boleh kita memperhatikan penampilan namun hanya sebatas yang wajar, jangan sampai hal yang diluar sampai kita mengikuti perilakunya. Mungkin yang selama ini *gentle* akhirnya *kan* jadi feminim, lari dari kodratnya, hanya sebatas mereka mengikuti hal-hal sifatnya yang fisik atau *performance* tapi jangan lari dari kodratnya.

6 Ada beberapa informan yang sudah kesulitan membentuk konsep diri yang ideal sama realitas apalagi sudah menyalahi kodrat mereka?

Memang ini tergantung lingkungan sekitar, peran teman sebaya *peer education* di dalam pergaulan kita tadi. Bagaimana menyeimbangkan kita yang harus menyadari kodrat kita, *oh* saya ini sebagai seorang pria, kemudian apa yang harus dilakukan seorang pria, oke silahkan merawat tapi tidak terlalu merawat yang bagaimana layaknya seorang wanita. Kalau hanya sebatas perfrom tidak masalah, nanti dia sudah mengarah gaya dari seorang wanita, sehingga akan mengaburkan identitasnya. Kita jadi khawatir kan udah lebih ke wanita. Sebenarnya disayangkan mereka mau membuat konten sehingga menarik, apalagi itu nanti menghasilkan uang, *nah* kau hanya sebatas itu tidak masalah, yang jadi masalah mereka terlalu mendalami peran sehingga pada akhirnya mereka masuk pada peran yang mereka ciptakan terlau dalam, otomatis mereka akan melihat membaca, gimana *sih behavior* wanita *nah* apasih yang dilakukan wanita untuk melakukan perawatan tubuhnya, bagaimana *sih* mereka bersosialisasi di lingkungan sosialnya, mereka otomatis akan lebih fokus pada dunia wanita, sehingga mereka asik dengan kontennya, sedikit demi sedikit mengabaikan peran yang sesungguhnya bahwa mereka adalah seorang laki-laki.

7 Dampak yang paling buruk/fatal dari mengikuti *beauty influencer* laki-laki?  
Bisa jadi mereka kabur akan identitasnya, dibilang dia pria tapi gendernya aja pria tapi behaviornya itu wanita, kalau mereka berperilaku hanya sebatas konten, ini khawatirnya di luar konten mereka juga seperti itu.

8 Apa harapan Ibu pada pengikut *beauty influencer* agar dapat terarah untuk mengikuti *beauty influencer* laki-laki?  
Kita yang harus pintar, kalo kita hanya ingin melihat konten, apalagi teknologi sekarang itu akan muncul tanpa kita harus seleksi, kadang hanya lewat saja di beranda, hanya sebatas pengetahuan, edukasi silahkan tapi jangan ke arah yang sifatnya itu lebih detail lagi, jadi jangan *handphonanya* yang *smart* tapi kita haru *smart* juga, Allah menciptakan akal agar tidak tersesat, sebenarnya ini besar sekali dampaknya kalau kita tidak mampu menyikapi, maka konsep diri ini diterapkan, hal ini juga tidak jauh dari pola asuh orang tua dan lingkungan sekitar itu sangat besar pengaruhnya, paling tidak kita lari dari agama, hal itu yang bisa membuat kita melihat realitas.

A. Identitas Responden

4. Nama : MHD. Azis Pinem  
5. Jenis kelamin : Laki-Laki  
6. Umur : 22 Tahun

B. Daftar Wawancara

1 Bisakah Anda ceritakan sedikit tentang diri Anda (usia, pekerjaan/aktivitas, dan latar belakang pendidikan)?  
Nama saya Azis, usia 22 tahun. Saya seorang mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, jurusan Ilmu Komunikasi. Selain kuliah, saya juga aktif dalam diskusi-diskusi terkait isu sosial dan budaya, terutama yang berkaitan dengan peran gender dan stereotip dalam masyarakat. Saya memiliki beberapa grup di telegram untuk diskusi terkait gender.

2 Sejak kapan Anda mulai mengikuti akun TikTok @azkhategar391?  
Saya mulai mengikuti akun TikTok @azkhategar391 sejak pertengahan tahun 2021, ketika salah satu videonya tentang *skincare* viral di *FYP* saya. Namun saya lupa *tepanya* konten apa.

3 Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengikuti akun tersebut?  
Saya tertarik karena Azka Tegar memiliki pendekatan yang unik dan edukatif. Dia menjelaskan produk *skincare* dengan cara yang sederhana, mudah dipahami, dan tidak menggurui. Selain itu, saya kagum dengan keberaniannya melawan stigma bahwa perawatan kecantikan hanya untuk perempuan. Dia juga berani menggunakan *make up* yang terlihat seperti wanita. Menurut saya itu unik dan menarik. Video konten dia juga unik menikuti setiap tren kecantikan, yang paling saya ingat dulu juga dia mengikuti *lathi challage*.

4 Apa pandangan Anda tentang pria yang menjadi *beauty influencer*?  
Saya sangat mendukung pria yang menjadi *beauty influencer*. Menurut saya, ini adalah langkah maju dalam memecahkan stigma bahwa perawatan kecantikan hanya untuk perempuan. Pria juga butuh merawat diri agar lebih sehat, bersih, dan percaya diri. Saya rasa ini bagian dari kemajuan cara pandang masyarakat terhadap maskulinitas. *Make*

*up* menurut saya bukan untuk sebuah identitas perempuan saja, tapi ini juga bisa disebut art, bagaimana kita mengoles wajah ini, *sah-sah aja* dipakai laki-laki ataupun perempuan.

5 Menurut Anda, apa yang membedakan konten *@azkhategar391* dari *beauty influencer* lainnya?

Azka Tegar memiliki ciri khas dalam cara ia berbicara dan membahas produk. Dia tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga memberikan edukasi tentang pentingnya merawat kulit. Kontennya juga unik banyak transisi yang halus dengan hasil yang berbeda dengan sebelumnya. Walaupun dia laki-laki tapi skill *make up* dia sangat bisa diadu dengan perempuan *sih*.

6 Apakah ada pesan atau nilai tertentu yang Anda dapatkan dari konten yang dibuat oleh *@azkhategar391*?

Pesan utamanya adalah bahwa merawat diri adalah hak semua orang, tanpa memandang gender. Dia juga mengajarkan pentingnya kepercayaan diri dan menerima diri sendiri. Pesan ini sangat relevan, terutama bagi pria yang mungkin masih ragu untuk merawat diri mereka sendiri. Masih banyak laki-laki yang malu atau malas merawat diri.

7 Apakah konten dari *@azkhategar391* memengaruhi cara Anda melihat diri sendiri? Jika ya, bagaimana?

Iya, kontennya membuat saya lebih peduli terhadap kesehatan kulit dan penampilan. Saya jadi sadar, bahwa merawat diri itu bukan soal ingin tampil cantik atau menjadi feminim seperti wanita tetapi soal menjaga kesehatan kulit dan merasa nyaman dengan diri sendiri. Sekarang saya lebih percaya diri dengan tampilan saya.

8 Apakah Anda merasa lebih percaya diri dalam merawat diri setelah mengikuti akun ini? Lumayan Dulu saya merasa malu, jika membeli produk *skincare* misalnya saat mereply sun screen ketika di kelas, tetapi sekarang saya lebih percaya diri. Seperti *lip balm* juga bisa kok dipakai sama laki-laki agar bibirnya lebih lembab *gitu sih*.

9 Bagaimana reaksi teman atau keluarga Anda terhadap minat Anda mengikuti *beauty influencer* laki-laki? Apakah hal ini memengaruhi pandangan Anda terhadap diri sendiri?

Banyak *sih kak* di awal yang *ga* suka dan menganggap ini aneh, tapi lama-lama mereka juga terbiasa dengan hal ini.

10 Apakah konten tersebut mengubah cara Anda menilai standar kecantikan atau penampilan pria?

Pria tampan bukan hanya soal tubuh berotot atau terlihat *macho*. Penampilan yang bersih, segar, dan terawat juga merupakan bentuk kecantikan. Ini membuat saya lebih terbuka dan tidak lagi terjebak pada stereotip lama. Menggunakan *make up* bukan berarti *ga* laki-laki karena yang penting laki-laki itu bertanggung jawab dan *ga* merugikan orang lain *aja sih*.

11 Apakah Anda mencoba produk atau teknik kecantikan yang direkomendasikan oleh *@azkhategar391*?

Iya, saya mencoba beberapa produk seperti *facial wash* dan *sunscreen skintific* yang direkomendasikan Azka. Saya juga mencoba teknik *double cleansing* setelah melihat videonya. Awalnya terasa ribet, tapi setelah melihat hasilnya, saya jadi lebih konsisten melakukannya.

12 Bagaimana cara Anda menerapkan informasi dari konten TikTok tersebut dalam kehidupan sehari-hari?

Saya membuat rutinitas skincare pagi dan malam. Sekarang saya lebih rajin memakai *sunscreen* setiap kali keluar rumah, karena saya paham bahayanya sinar *UV*. Saya juga mulai lebih peduli membaca kandungan produk sebelum membeli.

13 Apakah mengikuti *beauty influencer* laki-laki memengaruhi kebiasaan Anda dalam membeli produk kecantikan?

Iya, sekarang saya lebih selektif dan lebih banyak melakukan riset sebelum membeli produk. Sebelumnya, saya hanya memilih produk yang ada di *supermarket* tanpa melihat komposisinya. Setelah mengikuti Azka Tegar, saya jadi lebih peduli pada kandungan produk dan efeknya terhadap kulit.

14 Apakah Anda pernah merasa khawatir terhadap stigma sosial karena mengikuti *beauty influencer* laki-laki?

Dulu saya sempat khawatir dianggap kurang *macho* atau berbeda, tapi sekarang saya tidak peduli. Saya merasa bahwa kepercayaan diri datang dari kenyamanan dengan diri sendiri, bukan dari pendapat orang lain. Saya tidak mau *dikekang* peran gender di masyarakat ini. Selain itu, banyak *beauty influencer* laki-laki yang berhasil mengubah cara pandang masyarakat, dan saya bangga menjadi bagian dari perubahan itu.

15 Menurut Anda, apakah masyarakat di Kota Medan menerima konsep pria yang peduli terhadap kecantikan dan penampilan?

Saya merasa masyarakat di Kota Medan masih terbagi dua. Sebagian masih berpegang pada konsep maskulinitas tradisional, tetapi generasi muda sudah lebih terbuka. Banyak pria muda sekarang mulai terbiasa memakai *skincare*, dan itu pertanda baik bahwa perubahan sedang terjadi.

16 Apa yang Anda rasakan secara keseluruhan setelah menjadi pengikut akun TikTok @azkhategar391?

Saya merasa lebih percaya diri, lebih peduli terhadap kesehatan kulit, dan lebih terbuka terhadap konsep kecantikan pria. Saya juga banyak *trend* kecantikan dari azka tegar, karena dia sangat update pada perkembangan kecantikan.

17 Menurut Anda, apakah mengikuti *beauty influencer* laki-laki seperti @azkhategar391 memberikan dampak lebih banyak positif atau negatif terhadap diri Anda?

Dampaknya lebih banyak positif. Saya merasa lebih terbuka terhadap pandangan bahwa kecantikan adalah hak semua orang, bukan hanya milik perempuan.

18 Apakah ada hal lain yang ingin Anda sampaikan terkait pengalaman Anda mengikuti akun tersebut?

Semua orang berhak untuk meluangkan ekspresi mereka, kita tidak boleh *men-judge* setiap pilihan orang. Perawatan diri bukan hanya tentang tampilan fisik, tetapi juga tentang kesehatan dan kepercayaan diri. Saya juga berharap lebih banyak *beauty influencer* pria seperti Azka Tegar, karena mereka membantu mengubah cara pandang masyarakat.

#### A. Identitas Informan

1. Nama : Raihan Zaki Altiaz
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki

UNIVERSITAS MEDAN AREA

3. Umur : 20 Tahun

B. Daftar Wawacara

1 Bisakah Anda ceritakan sedikit tentang diri Anda (usia, pekerjaan/aktivitas, dan latar belakang pendidikan)?

Perkenalkan nama saya Raihan Zaki Altiaz, usia 20 tahun, saya masiswa aktif di Universitas Negeri Medan jurusan Bimbingan dan Konseling. Adapun kegiatan saya sehari-hari saya mahasiswa dan MC di salah satu *beauty influencer wedding organizer* medan yaitu *WTF organizer*. Di tahun ini saya menjabat sebagai Duta Putra Kebudayaan Sumatera Utara 2024. Saya memulai dunia *entertainment* atau *modelling* sejak di bangku SMP.

2 Sejak kapan Anda mulai mengikuti akun TikTok [@azkhategar391](#)?

Saya sudah mengikuti *beauty influencer* sejak dua tahun ini kak, mulai dari dia awal berkoten sampai sekarang beliau terkenal sebagai *beauty influencer* yang dibidang *make up*.

3 Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengikuti akun tersebut?

Satu sisi saya sebagai *modelling* jadi saya belajar komposisi dari bagaimana me *mixing foundation*, memakai *conture*, memakai *shading* disitulah saya belajar dari seorang *beauty influencer* Azka tegar.

4 Apa pandangan Anda tentang pria yang menjadi *beauty influencer*?

Sebenarnya laki-laki yang ingin jadi *sah-sah saja kak* tetapi masih dalam kodratnya, seperti Azka Tegar ini laki-laki yang sudah kodratnya dia *make up* laki-laki.

5 Menurut Anda, apa yang membedakan konten [@azkhategar391](#) dari *beauty influencer* lainnya?

Yang berbeda dari Azka Tegar ini salah satunya konten dia menarik, mulai dia me *mix and macth* kan foundation, sebagai keperluan *make up*.

6 Apakah ada pesan atau nilai tertentu yang Anda dapatkan dari konten yang dibuat oleh [@azkhategar391](#)?

Kita apresiasi bahwasanya dia berani untuk mengekspresikan dirinya sebagai *beauty influencer* tetapi satu sisi disayangkan dia keluar dari kodratnya laki-laki, karena dulu ketika awal saya mengikuti dia masih di ruang lingkup kontennya tersebut, lama-kelamaan dia terbawa dari suasana perkontenannya membuat *beauty influencer* ini ke dunia nyata, jadi misalnya dia *shopping* dia sudah berpakaian seperti wanita kak.

7 Apakah konten dari [@azkhategar391](#) memengaruhi cara Anda melihat diri sendiri? Jika ya, bagaimana?

Memang di awal saya belajar merawat diri bukan hanya untuk perempuan, tetapi ada juga sisi negatifnya, yaitu dia sudah melebihi kodratnya.

8 Apakah Anda merasa lebih percaya diri dalam merawat diri setelah mengikuti akun ini?

Memang dari awal jadi termotivasi saya menjadi pribadi yang lebih baik lagi memakai *sunscreen* ataupun tabir surya keluar ataupun *kema-mana*, intinya keluar dari ruangan saya memakai serum untuk mengatasi permasalahan kulit yaitu jerawat, kusam dan lain sebagainya. Keluar dari konsep perskincarean di *make up* kadang dia juga tidak nempel, disitulah saya juga belajar dari Azka.

9 Bagaimana reaksi teman atau keluarga Anda terhadap minat Anda?

Sebenarnya untuk mendukung *fine-fine* aja namun untuk mengikuti Azka dari pihak keluarga tidak, karena dilihat dari satu sisi juga Azka ini sudah berlebihan satu sisi Azka punya nilai positifnya memotivasi seorang pria untuk menjadi pribadi yang menjaga kebersihan.

10 Apakah konten tersebut mengubah cara Anda menilai standar kecantikan atau penampilan pria?

Dari sudut pandang iya, karena semakin kita *upgrade* diri kita tentu akan *upgrade* juga.

11 Apakah Anda mencoba produk atau teknik kecantikan yang direkomendasikan oleh *@azkhategar391*?

Kalo misalnya klinik ataupun skincare belum pernah, tapi kalau *ingredients* atau komposisi saya ikuti yang ada di Medan. Karena tidak mungkin si Azka merekomendasikannya di Benings di Pulau Jawa, tidak mungkin kita tiap bulan ke Pulau Jawa kak.

12 Apakah mengikuti *beauty influencer* laki-laki memengaruhi kebiasaan Anda dalam membeli produk kecantikan?

Kalo misalnya Azka Tegar sendirir berpengaruh *kak*, karena dia *beauty influencer* karena dia merekomendasikan mana yang baik untuk *viewers* aku di TikTok, tetapi kita sebagai *viewers* harus pandai-pandai juga mana yang betukan dan hanya *endorse* semata.

13 Apakah Anda pernah merasa khawatir terhadap stigma sosial karena mengikuti *beauty influencer* laki-laki?

Menurut aku pribadi ya ini diri aku, aku bebas berekspresi, misalnya kau tertarik di dunia *modelling* atau *entertainment* itu hak aku gitu, yang penting minat dan bakat yang kita miliki, contohnya kita sudah menghasilkan pundi-pundi rupiah dan tidak merugikan orang lain.

14 Menurut Anda, apakah masyarakat di Kota Medan menerima konsep pria yang peduli terhadap kecantikan dan penampilan?

Untuk di sekitaran Medan di lingkungan seperti kampus saya saja masih tabuh hal seperti ini, namun kita sebagai pribadi harus pandai-pandai membawa diri di lingkungan tersebut.

15 Menurut Anda, apakah mengikuti *beauty influencer* laki-laki seperti *@azkhategar391* memberikan dampak lebih banyak positif atau negatif terhadap diri Anda?

Sebenarnya ada sisi positif dan negatif, positifnya pria dapat menjaga diri agar kelak di hari tua kita tidak menyesal agar keriputnya tidak parah di hari tua, yang negatifnya dari keluar dari kodratnya. Sebenarnya dia bagus, dia mengeluarkan ide-ide menarik, namun kita sebagai *viewers* hilang *respect* karena dia membawa *beauty influencer* ke dunia nyata.

16 Apakah ada hal lain yang ingin Anda sampaikan terkait pengalaman Anda mengikuti akun tersebut?

Saya mengapresiasi bagi beliau yang sudah mengembangkan minat dan bakatnya di dunia *beauty*, namun pesan saya juga dia sudah di kenal masyarakat luas ataupun

dunia TikTok. Banyak *viewers* dia anak di bawah umur masih banyak yang belum tau memilih dan memilih mana yang baik dan buruk. Lain hal seperti kita yang sudah dewasa, soalnya saya lihat dari komenan viewrs dia saya cek dari *like postingan* banyak anak di bawah umur. Jadi kedepannya bisa di pilih konten yang lebih layak, sebenarnya kita bebas mengekspresikan diri tetapi bagi saya jangan terlalu berlebihan.

A. Identitas Responden

1. Nama : Noel Saputra Zega
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki
3. Umur : 21 Tahun

B. Daftar Wawancara

- 1 Bisakah Anda ceritakan sedikit tentang diri Anda (usia, pekerjaan/aktivitas, dan latar belakang pendidikan)?

Nama saya Noel Saputra Zega, berusia 21 tahun. Saya adalah seorang mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, jurusan Ilmu Komunikasi. Selain kuliah, saya juga aktif mengikuti kegiatan kampus, khususnya di organisasi Karisma dan Imaginasi di fakultas.

- 2 Sejak kapan Anda mulai mengikuti akun TikTok *@azkhategar391*?

Saya mulai mengikuti akun TikTok *@azkhategar391* sekitar awal tahun 2023, ketika konten-kontennya mulai sering muncul di *FYP* saya.

- 3 Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengikuti akun tersebut?

Saya tertarik karena pembawaan Azka Tegar yang percaya diri, kreatif, dan berbeda dari kebanyakan *beauty influencer* lainnya. Ia berani mendobrak stereotip tentang pria yang peduli terhadap kecantikan, dan itu menurut saya sangat inspiratif.

- 4 Apa pandangan Anda tentang pria yang menjadi *beauty influencer*?

Menurut saya, pria yang menjadi *beauty influencer* adalah sosok yang berani dan progresif. Mereka mampu mengubah cara pandang masyarakat tentang maskulinitas. Pria juga berhak merawat diri, dan *beauty influencer* pria membantu membangun kesadaran ini.

- 5 Menurut Anda, apa yang membedakan konten *@azkhategar391* dari *beauty influencer* lainnya?

Azka Tegar punya gaya konten yang santai, *relatable*, dan kadang diselipkan humor, sehingga terasa lebih dekat dengan penontonnya. Dia juga sering berbagi tips yang mudah diikuti, bahkan untuk pemula yang belum terbiasa dengan perawatan kecantikan.

- 6 Apakah ada pesan atau nilai tertentu yang Anda dapatkan dari konten yang dibuat oleh *@azkhategar391*?

Pesan yang paling kuat adalah bahwa merawat diri bukan hanya milik perempuan. Pria juga berhak tampil bersih, rapi, dan menarik. Nilai kepercayaan diri dan keberanian menjadi diri sendiri juga terasa dari setiap kontennya.

- 7 Apakah konten dari *@azkhategar391* memengaruhi cara Anda melihat diri sendiri? Jika ya, bagaimana?

Ya, kontennya membuat saya lebih sadar bahwa merawat diri itu penting. Dulu saya merasa perawatan kecantikan hanya untuk perempuan, tetapi sekarang saya merasa lebih nyaman dan percaya diri untuk merawat kulit dan penampilan saya.

8 Apakah Anda merasa lebih percaya diri dalam merawat diri setelah mengikuti akun ini? Tentu saja. Saya jadi lebih percaya diri dalam mencoba *skincare* dan memahami bahwa penampilan yang baik bisa meningkatkan kepercayaan diri secara keseluruhan.

9 Bagaimana reaksi teman atau keluarga Anda terhadap minat Anda mengikuti *beauty influencer* laki-laki? Apakah hal ini memengaruhi pandangan Anda terhadap diri sendiri?

Beberapa teman sempat bercanda soal minat saya ini, tapi saya tidak menganggapnya serius. Keluarga saya cukup mendukung, terutama ibu saya yang sering memberi masukan soal produk *skincare*. Jadi, tidak ada pengaruh negatif terhadap pandangan saya terhadap diri sendiri.

10 Apakah konten tersebut mengubah cara Anda menilai standar kecantikan atau penampilan pria?

Ya, saya jadi lebih terbuka dengan konsep kecantikan pria. dulu standar kecantikan pria mungkin hanya sebatas tubuh berotot atau maskulin. Sekarang, saya melihat bahwa pria yang rapi, bersih, dan terawat juga bisa dianggap menarik.

11 Apakah Anda mencoba produk atau teknik kecantikan yang direkomendasikan oleh @azkhategar391?

Ya, saya pernah mencoba beberapa produk *skincare* yang direkomendasikan, seperti *cleanser* dan *moisturizer*. Saya juga mulai menerapkan rutinitas *skincare* pagi dan malam.

12 Bagaimana cara Anda menerapkan informasi dari konten TikTok tersebut dalam kehidupan sehari-hari?

Saya mulai membuat jadwal perawatan kulit setiap pagi dan malam. Saya juga mencoba lebih konsisten dalam menggunakan *sunscreen*, sesuatu yang dulu saya abaikan. Informasi dari TikTok sangat membantu karena disampaikan dengan cara yang praktis dan mudah dimengerti.

13 Apakah mengikuti *beauty influencer* laki-laki memengaruhi kebiasaan Anda dalam membeli produk kecantikan?

Ya, saya jadi lebih selektif dan mencari *review* dulu sebelum membeli produk kecantikan. Dulu, saya hanya membeli produk tanpa tahu manfaat atau kandungannya. Sekarang, saya lebih teliti dan cenderung membeli produk yang direkomendasikan oleh *beauty influencer* seperti Azka Tegar.

14 Apakah Anda pernah merasa khawatir terhadap stigma sosial karena mengikuti *beauty influencer* laki-laki?

Di awal, iya. Saya sempat khawatir dianggap tidak maskulin atau aneh. Tapi, seiring berjalannya waktu, saya jadi lebih percaya diri dan menganggap perawatan diri adalah bagian dari *self-love*.

15 Menurut Anda, apakah masyarakat di Kota Medan menerima konsep pria yang peduli terhadap kecantikan dan penampilan?

Secara umum, masyarakat di Medan masih memiliki pandangan konservatif terhadap konsep ini. Banyak yang menganggap pria yang peduli kecantikan kurang maskulin. Namun, saya melihat generasi muda sudah lebih terbuka dan menerima konsep ini.

16 Apa yang Anda rasakan secara keseluruhan setelah menjadi pengikut akun TikTok [@azkhategar391](#)?

Saya merasa lebih terbuka terhadap konsep kecantikan pria, lebih percaya diri dalam merawat diri, dan lebih paham pentingnya *skincare*. Mengikuti akun ini juga membuat saya merasa bahwa pria juga bisa tampil bersih, rapi, dan terawat tanpa takut stigma.

17 Menurut Anda, apakah mengikuti *beauty influencer* laki-laki seperti [@azkhategar391](#) memberikan dampak lebih banyak positif atau negatif terhadap diri Anda?

Dampaknya lebih banyak positif. Saya jadi lebih sadar pentingnya *self-care* dan lebih percaya diri. Dulu saya takut dianggap aneh jika merawat diri, tapi sekarang saya merasa itu adalah bagian dari mencintai diri sendiri.

18 Apakah ada hal lain yang ingin Anda sampaikan terkait pengalaman Anda mengikuti akun tersebut?

Saya berharap lebih banyak pria yang menyadari bahwa merawat diri bukan sesuatu yang memalukan. Saya juga mengapresiasi Azka Tegar yang berani menjadi sosok yang membongkar stereotip tentang maskulinitas. Semoga makin banyak pria yang terinspirasi dari kontennya.

A. Identitas Responden

4. Nama	: Herliza AR
5. Jenis Kelamin	: Laki-Laki
6. Umur	: 35 Tahun

B. Daftar Wawancara

1 Bisakah Anda ceritakan sedikit tentang diri Anda (usia, pekerjaan/aktivitas, dan latar belakang pendidikan)?

Biodata saya, untuk nama saya Herliza AR usia saya 35 tahun, kesibukan saya saat ini di bidang *wedding organizer*, saya punya usaha di bidang dekorasi. Aktivitas sehari-harinya di seputaran *wedding*.

2 Berarti abang sudah lama menggeluti dunia *wedding*?

Kurang lebih 7 tahun.

3 Sejak kapan Anda mulai mengikuti akun TikTok [@azkhategar391](#)?

Kurang lebih spesifiknya kurang tau, kurang lebih 2 tahunan.

4 Apa yang membuat Anda tertarik untuk mengikuti akun tersebut? Sebenarnya ketertarikan itu lebih ke seni, karena saya sendiri dibidang seni jugadi bagian dekorasi. Jadi banyak *influencer* yang saya *follow* bagian seni, baik itu dekorasi atau interior.

5 Apa pandangan Anda tentang pria yang menjadi *beauty influencer*?

Perlu kita garis bawahi, nilai positif dari seorang *beauty influencer* pria itu janganlihat dari dia berpakaian seperti wanita, tapi kita lihat sisi positifnya misalnya *income* yang dia dapatkan sebagai seorang *beauty influencer*, si Azka ini kan tentang kecantikan yang kita pandangin adalah kreativitas dia, dia *memoles* wajahnya dan *memoles* wajah orang *looknya* itu bisa cantik. Negatif semua orang punya sisi negatif, pandangan positif kita harus semua orang baik itu *beauty influencer* di bidang apapun, si Azka ini tentang

*beauty* kita ambil positifnya dari kreativitasnya, jadi tidak masalah bagi abang kecuali dia sehari-hari menggunakan pakaian seperti wanita itu agak kurang pantas, tapi untuk sekedar di sosial media *beauty influencer* itu *sah-sah aja*.

6 Menurut Anda, apa yang membedakan konten *@azkhategar391* dari *beauty influencer* lainnya?

Yang bedain itu kreativitasnya, terus yang bedain tema. Banyak *influencer* lain tapi si Azka ini *look-nya* itu lebih dapat.

7 Apakah ada pesan atau nilai tertentu yang Anda dapatkan dari konten yang dibuat oleh *@azkhategar391*?

Pesannya itu jadilah orang yang lebih kreatif, *ga* mesti harus jadi *beauty influencer* jadi kalian bisa cari konten yang lain misalnya yang mengedukasi orang pada hal-hal positif.

8 Apakah konten dari *@azkhategar391* memengaruhi cara Anda melihat diri sendiri? Jika ya, bagaimana?

Secara pribadi tidak terlalu berpengaruh, karena bidang kami cukup beda namun tetap sama-sama bergelut di bidang seni, jadi secara spesifik tidak berpengaruh, karena ini anak mau berusaha begitu, tapi bisa ambil positif dibandingkan.

9 Bagaimana reaksi teman atau keluarga Anda terhadap minat Anda?

Sejauh ini teman *abang welcome* semua, mereka tidak ada masalah kita *follow-follow* siapa, balik seperti tadi kita harus lihat sisis positifnya, dan memang kami dibidang yang sana *nih*, baik *make up* artis, dekorasi itu hal-hal yang tabu lagi bagi mereka, sudah biasa saja.

10 Apakah konten tersebut mengubah cara Anda menilai standar kecantikan atau penampilan pria?

Lebih ke kesehatan dan perawatan diri mau kita wanita, laki-laki lebih sadar menjaga diri menjaga pola hidup. Jika kita menjaga pola hidup otomatis kulit kita juga bersih.

11 Apakah Anda mencoba produk atau teknik perawatan diri yang direkomendasikan oleh *@azkhategar391*?

Kalo untuk sekarang belum, karena bidang kita beda. Untuk sekarang hanya sekedar mengagumi aktivitas dia, kalo untuk mengikuti dia belum karena ada bidang masing-masing.

12 Apakah mengikuti *beauty influencer* laki-laki memengaruhi kebiasaan Anda dalam membeli produk kecantikan?

Biasa aja, belum ada yang berubah.

13 Apakah Anda pernah merasa khawatir terhadap stigma sosial karena mengikuti *beauty influencer* laki-laki?

Sejauh ini tidak pernah khawatir karena ini hanya sebatas sosial media tidak kita bawakan sehari-hari, kehidupan sehari-hari dengan sosial media itu berbeda, jadi tidak ada masalah dengan lingkungan, tidak ada masalah dengan teman-teman. Pandangan sosial terhadap abang juga tidak ada berpengaruh.

14 Menurut Anda, apakah masyarakat di Kota Medan menerima konsep pria yang peduli terhadap kecantikan dan penampilan?

Menurut *Abang* masyarakat Medan mereka lebih cenderung ke pola hidup sehat, perawatannya bukan sehari-hari berpakaian seperti Azka, masyarakat medan ini lebih terbuka pada pola hidup sehat atau sosial media dengan konten kreatif.

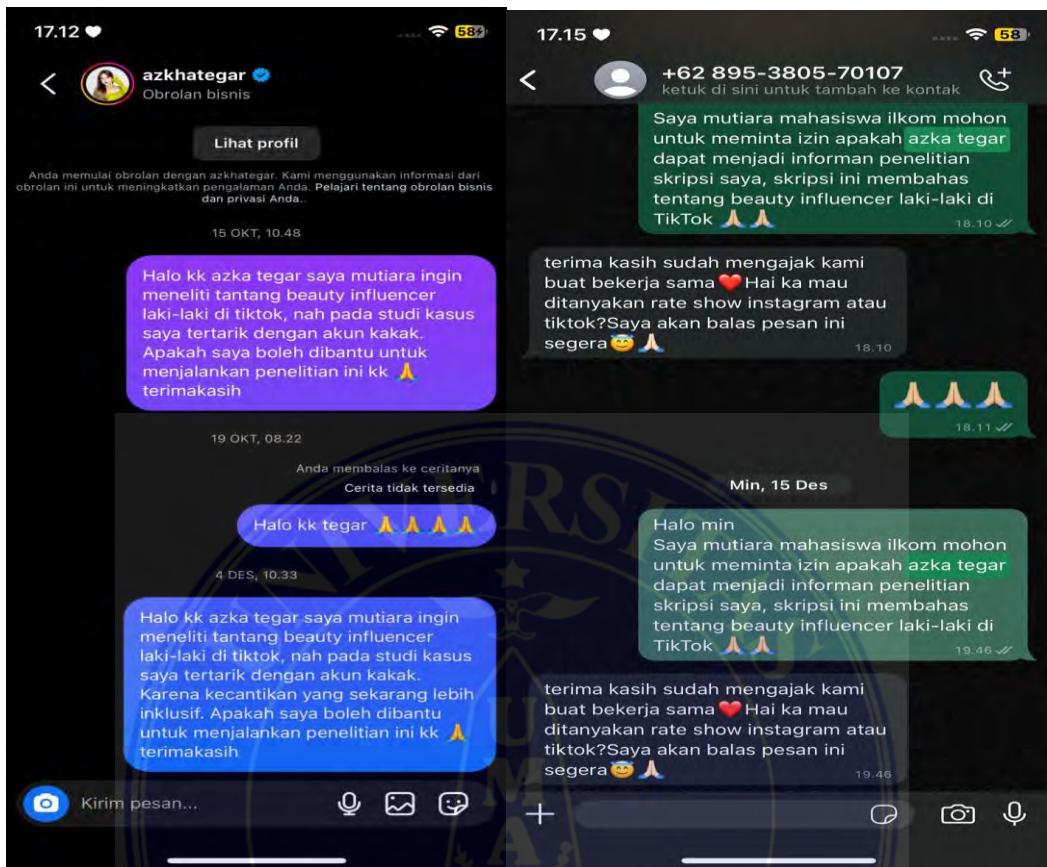
15 Menurut Anda, apakah mengikuti *beauty influencer* laki-laki seperti @azkhategar391 memberikan dampak lebih banyak positif atau negatif terhadap diri Anda? Ambil sisi positif apapun itu ambil sisi positif, jangan pernah berfikir sisi negatifnya. Banyak sisi positif yang didapat dari akun Azka ini, tapi bukan untuk dikehidupan sehari-hari berpakaian layaknya wanita di luar dari gender mereka, namun untuk sebatas sosial media *oke-oke saja*.

16 Apakah ada hal lain yang ingin Anda sampaikan terkait pengalaman Anda mengikuti akun tersebut? Pengalaman belum ada, kita hanya sekedar mengagumi bukan untuk kehidupan sehari-hari. Pesannya untuk yang ngikutin jadi *influencer* harus berusaha, banyak-banyak belajar. Jika ingin menjadi Azka Tegar belajar *make up* tetap cari hal positif, mencari cuan atau uang di media itu *sah-sah* aja, namun jangan dibawakan ke kehidupan sehari-hari, selama ini hal yang baik bukan kejahatan.



### Lampiran 3

#### Dokumentasi Penelitian



Screenshot Chat WhatsApp dan Instagram

Dokumentasi komunikasi awal peneliti dengan akun TikTok @azkhategar391 melalui pesan Instagram dan WhatsApp pada 15 Oktober hingga 15 Desember 2024 sebagai bukti tidak adanya respon Azka untuk penelitian ini.



**Screenshot Foto Bersama Raihan Zaki Altiaz**

Dokumentasi wawancara online melalui *video call* WhatsApp bersama informan 1 Raihan Zaki Altiaz pada Senin 23 Desember 2024, laki-laki melayu, mahasiswa Universitas Negeri Medan dan Duta Putra Kebudayaan Sumatera Utara 2024, dalam rangka pengumpulan data penelitian terkait pengikut beauty influencer laki-laki di TikTok.



**Foto Bersama Azis Pinem**

Dokumentasi wawancara offline bersama Mhd. Azis Pinem pada 13 Januari 2025 di kantin Universitas Medan Area, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area, sebagai informan kedua dalam penelitian terkait pengikut konten beauty influencer laki-laki dengan konsep diri pria.

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 02/2/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 2/2/26



**Foto Bersama Noel Saputra Zega**

Dokumentasi wawancara dengan Noel Saputra Zega informan ketiga di Gedung Bersama UniVersitas Medan Area pada Kamis, 19 Desember 2024, Noel merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area, sebagai informan ketiga yang memberikan pandangan mengenai konsep kecantikan pria dari beauty influencer di media sosial.



**Screenshot Foto Bersama Herliza AR**

Dokumentasi wawancara *online* memalui WhatsApp dengan Herliza AR pada Minggu, 22 Desember 2024, pelaku usaha di bidang wedding organizer dan dekorasi yang menjadi pengikut Azka Tegar, sebagai informan keempat yang memberikan perspektif terhadap konten beauty influencer pria dalam konteks seni dan industri kreatif.

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 2/2/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 2/2/26



**Foto Bersama Endang Haryati S.Psi, M.Psi**

Dokumentasi wawancara dengan Endang Haryati, S.Psi, M.Psi., dosen dan psikolog pada Rabu 22 Januari 2025, sebagai informan ahli yang memberikan pandangan akademik terkait dampak konten *beauty influencer* laki-laki terhadap konsep diri dan perilaku remaja pria.

## Lampiran 4

### Surat Pernyataan selesai Riset/Penelitian

