

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA PERTANYAAN DESKRIPSI

A. Pertanyaan Grand Tour

1. Pertanyaan Grand Tour Tipikal
 - a. Apa saja kegiatan yang anda lakukan sehari-hari sebagai anggota komunitas *Fast Community*?
 - b. Bagaimana peran anda sebagai laki-laki di komunitas *Fast Community*?
 - c. Apa saja aktivitas yang melibatkan kerja sama antara laki-laki dan perempuan dalam komunitas ini?
2. Pertanyaan Grand Tour Spesifik
 - a. Apa alasan anda bergabung dengan *Fast Community* Oriflame?
 - b. Bagaimana pengalaman anda bekerja di bidang kecantikan yang umumnya dianggap sebagai ranah perempuan?
3. Pertanyaan Grand Tour Terbimbing
 - a. Bagaimana interaksi anda dengan anggota komunitas lain yang mendukung kesetaraan gender?
 - b. Bagaimana anda menggambarkan perubahan pandangan masyarakat terhadap peran laki-laki feminis di sektor kecantikan?
4. Pertanyaan Grand Tour Berhubungan dengan Tugas
 - a. Apa saja aktivitas yang anda lakukan untuk melawan stereotip gender di komunitas ini?
 - b. Bagaimana peran anda dalam mendukung kolega perempuan di komunitas ini?

B. Pertanyaan Mini Tour

1. Pertanyaan Mini Tour Tipikal
 - a. Bagaimana anda dapat melihat posisi laki-laki dalam komunitas ini dibandingkan dengan perempuan?

- b. Bagaimana peran laki-laki feminis dalam membantu perempuan mencapai kesuksesan di sektor kecantikan?
2. Pertanyaan Mini Tour Spesifik
 - a. Apakah anda dapat menceritakan tantangan yang anda hadapi dalam melawan stereotip gender di komunitas ini?
 - b. Bagaimana komunitas ini membantu anda memperkuat peran anda sebagai laki-laki feminis?
3. Pertanyaan Mini Tour Terbimbing
 - a. Apa saja hal menarik yang anda alami selama bergabung di komunitas ini?
 - b. Bagaimana pandangan masyarakat terhadap laki-laki feminis yang bekerja di sektor kecantikan?
4. Pertanyaan Mini Tour Berhubungan dengan Tugas
 - a. Bagaimana anda mengelola perasaan dan tanggapan negatif dari orang luar terkait peran anda sebagai laki-laki feminis?

C. Pertanyaan Contoh

- a. Dapatkah anda memberikan contoh pengalaman saat anda mendukung kolega perempuan di komunitas?
- b. Bagaimana anda menunjukkan sikap empati dan toleransi dalam aktivitas komunitas?

D. Pertanyaan Pengalaman

1. Pertanyaan Pengalaman Personal
 - a. Bagaimana perasaan anda bekerja di bidang kecantikan yang sering dianggap sebagai “pekerjaan perempuan”?
 - b. Apa yang telah anda pelajari selama berpartisipasi di komunitas ini?
2. Pertanyaan Pengalaman Profesional
 - a. Bagaimana anda membangun identitas anda sebagai laki-laki feminis di sektor kecantikan?
 - b. Apakah anda pernah menghadapi diskriminasi berdasarkan stereotip gender di komunitas atau masyarakat?

E. Pertanyaan Bahasa Asli

1. Pertanyaan Bahasa Asli Langsung
 - a. Apa yang membuat anda yakin bahwa laki-laki juga memiliki peran penting di sektor kecantikan?
 - b. Bagaimana anda mendefinisikan maskulinitas dalam konteks komunitas ini?
2. Pertanyaan Interaksi-Hipotesis
 - a. Bagaimana anda menjelaskan kepada seseorang yang menganggap laki-laki tidak cocok bekerja di sektor kecantikan?
3. Pertanyaan Kalimat Tipikal
 - a. Bagaimana pandangan anda tentang pentingnya kolaborasi gender dalam komunitas ini?

F. Pertanyaan Struktural Pembuktian

1. Pertanyaan Pembuktian
 - a. Apakah keberadaan laki-laki feminis seperti anda membantu mengubah stereotip gender di komunitas ini?
2. Pertanyaan Domain
 - a. Apa nilai-nilai utama yang dipegang oleh komunitas ini untuk melawan stereotip gender?
3. Pertanyaan Pembuktian Hubungan Semantik
 - a. Apakah ada perubahan perilaku masyarakat terhadap anda setelah bergabung dengan komunitas ini?
4. Pertanyaan Pembuktian Bahasa Asli
 - a. Apakah anda merasa bahwa identitas anda sebagai laki-laki tetap terjaga meskipun bekerja di sektor ini?
5. Pertanyaan Kerangka Substitusi
 - a. Apa hal utama yang ingin anda capai sebagai laki-laki feminis dalam komunitas ini?

G. Pertanyaan Kontras

- a. Apakah anda merasa lebih percaya diri sebagai laki-laki feminis dibandingkan dengan sebelumnya?

- b. Bagaimana reaksi keluarga atau teman dekat anda terhadap peran anda di komunitas ini?
- c. Apakah anda merasa sudah berhasil mendobrak stereotip gender di komunitas ini?



THE
Character Building
UNIVERSITY

Lampiran 2 Daftar Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Jabatan/Jenjang Karir di Oriflame
1.	Karya Pinem Purba	54 tahun	<i>Beauty Entrepreneur</i>	<i>Shapphire Director</i>
2.	Walden Silalahi	56 tahun	<i>Beauty Entrepreneur</i>	<i>Diamond Director</i>
3.	Raja Banurea	34 tahun	Manajemen Oriflame Sumatera	<i>Basic Coach</i>
4.	Dedi Leoni Siboro	36 tahun	<i>Beauty Entrepreneur</i>	<i>Senior Gold Director</i>
5.	Eki Manurung	45 tahun	Ibu Rumah Tangga	<i>Shapphire Director</i>
6.	Duma Pakpahan	34 tahun	Ibu Rumah Tangga	<i>Senior Gold Director</i>
7.	Rosdeni Sitohang	44 tahun	Ibu Rumah Tangga	<i>Diamond Director</i>

Lampiran 3 Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian



Gambar 2.1 Foto observasi kegiatan *Recognition Director Member Oriflame*

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025



Gambar 2.2 Foto bersama informan penelitian (Bapak Raja Banurea)

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025



Gambar 2.3 Foto bersama informan penelitian (Bapak Walden Silalahi)
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025



Gambar 2.4 Foto bersama informan penelitian (Bapak Dedi Siboro dan Kak Duma Pakpahan)
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025



Gambar 2.5 Foto bersama informan penelitian (Bapak Karya Pinem)
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025



Gambar 2.6 Foto observasi kegiatan Menhoring dan Pelatihan Anggota
Komunitas *Fast Community*
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025

Lampiran 4 Transkrip Wawancara

1. Wawancara dengan *Bisnis Cibu-oach* Oriflame Sumatera

Nama Informan : Raja Baruna
 Usia : 34 tahun
 Pekerjaan : Manajer Bisnis Oriflame Sumatera
 Tanggal Wawancara : Rabu, 15 Januari 2025
 Topik Wawancara : Laki-laki Feminis dan *Beauty Company* Oriflame

P : Penulis, PR : Pak Raja

P	Jabatan bapak di Oriflame sebagai apa nih sekarang, Pak?
PR	<i>Bisnis coach</i> , saya sebagai <i>bisnis coach</i> itu adalah bisnis untuk manage net atau jaringan. Jadi, seseorang yang meng- <i>coaching brand partner</i> nya Oriflame, bagaimana mereka men- <i>developt</i> , bagaimana mereka menjalankan bisnis Oriflame nya, bagaimana mereka <i>following</i> itulah KPI utama dari seorang <i>coach</i> dan aku berperan sebagai <i>bisnis coach</i> untuk di Oriflame Sumatera.
P	Bapak bekerja di Oriflame sejak usia berapa, Pak? Lalu, apa hal menarik yang bapak alami selama bekerja di <i>beauty company</i> seperti Oriflame ini?
PR	Saya bergabung sejak tahun 2019 di umur 28 tahun. Kalau sebelumnya saya bekerja di telekomunikasi, jadi berbeda ya kalau Oriflame kan <i>beauty company</i> ya. Hal menarik di Oriflame itu kita bisa konek dan berhubungan dengan orang dari segala jenis lapisan masyarakat dari segala aspeklah, dari pendidikan, <i>backgroundnya</i> , gendernya dan segala macam. Itu semua aku bisa mengenal mereka semua, karena gak semua pekerjaan bisa melibatkan hal yang seperti itu. Jadi banyak juga mengenal karakter orang.
P	Kalau ngomongin soal gender, kita tahu pandangan masyarakat Indonesia dewasa ini, kalau pekerjaan yang berkaitan dengan istilah make-up, perawatan, kecantikan, perusahaan kecantikan itu biasanya dikatakan ‘dunianya perempuan’, padahal bapak bekerja di sektor kecantikan ini. Bagaimana pandangan bapak terhadap itu?
PR	Itu pastinya ada ya, pandangan stereotip yang dimiliki oleh beberapa individu atau mostly beberapa individu yang mengatakan bahwa mengkotak-kotakkan sesuatu, seperti urusan dapur itu lebih ke perempuan sementara untuk kerja di lapangan itu untuk laki-laki. Mostly kita tau jumlah koki, jumlah chef itu malah lebih banyak laki-laki dari pada perempuan. Sebenarnya stereotip itu hanyalah sebuah pandangan bukanlah sebuah fakta Begitu juga di bidang <i>beauty company</i> ini sendiri, walaupun ngomongin <i>beauty</i> , ngomongin kecantikan, kalau di Indonesia berarti itu

	seorang perempuan, tapi kalau dari perspektif saya sendiri itu berbeda. Kalau di Oriflame memang benar <i>beauty company</i>, tapi produk yang kita jual bukan hanya soal <i>beauty</i> juga tapi soal bisnis juga. Soal pendapatan, soal penghasilan, yang dimana penghasilan, pendapatan, uang itu sama nilainya di mata laki-laki dan perempuan. Jadi, bisa dibilang masyarakat Indonesia yang masih seperti itu masih <i>pos-minded</i> ya untuk masih mengkotak-kotakkan sebuah profesi untuk subgender tertentu saja. Saya gak setuju lah. Semua punya kesempatan yang sama.
P	Apa saja aktifitas yang melibatkan kerja sama antara laki-laki dan perempuan, selama bapak kerja di Oriflame bukankah memiliki kebiasaan ataupun kegiatan-kegiatan yang secara langsung ataupun tidak langsung mendukung kesetaraan gender itu yang sudah menjadi budaya atau kebiasaan yang sering dilakukan?
PR	Sebenarnya ga ada yang dilakukan, hanya saja Oriflame memberi kebebasan ga ada batasan umur ataupun jenis kelamin. Yang kedua, apa yang disupport Oriflame kepada <i>brand partner</i> baik itu perempuan ataupun laki-laki itu tidak ada membedakan. Jadi ketika ada beberapa pria yang mereka sukses di Oriflame itu bukan karna hebatnya seorang pria tapi karna kemauan mereka sendiri,. Itu bukan karena mereka pria ataupun laki-laki. Mereka punya impian, mereka punya keinginan punya sesuatu yang mereka mau raih dan mereka kerjakan bukan berdasarkan gender mereka.
P	Apakah ada perbedaan sebelum dan sesudah bapak masuk ke Oriflame kalau bicara soal maskulinitas?
PR	Engga, ga ada perbedaannya. Kalau dari saya pribadi Oriflame tidak membuat saya menjadi pria yang mendukung gerakan feminisme, karna memang dari dulu saya sudah feminisme. Saya lahir dan dibesarkan dari keluarga yang saudara saya perempuan semua. Saya punya saudara perempuan empat orang, punya ibu, yah sudah meninggal jadi di rumah perempuan semua. Jadi saya dilahirkan dari keluarga yang dimana perempuanlah yang bekerja yang pastinya mereka mempunyai kesempatan yang sama. Kalau soal mengalami perbedaan di diri saya, saya bilang engga karna dari dulu saya memiliki paham yang sama bahwa perempuan punya kesempatan yang sama dengan laki-laki Itulah kesetaraan itu ya. Misalnya ballerina, kalau di Indonesia penari balet itu harus perempuan tapi di luar sana sejatinya penari ballerina harus berpasang-pasangan. Tapi itu, apakah mereka menjadi feminisme? Enggak. tadi balik lagi, kembali ke <i>passion</i> mereka sendiri. Mereka <i>passion</i>-nya d bidang itu. Jadi, kalau ngomongin saya sendiri bisa dibilang saya maskulin tapi juga termasuk laki-laki feminis.

P	Bagaimana interaksi bapak dengan <i>brand partner</i> lainnya untuk mendukung kesetaraan gender itu?
PR	Saya suka saat <i>brand partner</i> mendatangi saya untuk diskusi pengembangan bisnisnya, di situlah mulai hidup suasana yang dekat, jadi gak ada mendiskriminasi ya, kalau yang datang itu misalnya perempuan ataupun laki-laki. Jadi, <i>every one welcome</i> mau <i>brand partner</i> itu dari yang berpendidikan atau tidak, kalangan ekonomi bawah atau atas, perempuan atau laki-laki kita terima semuanya. Karena kita satu, kita <i>brand partner</i> Oriflame. Oriflame juga mendukung komunitas yangmana di komunitas itu mereka punya impian, visi yang kuat tentang masa depan.
P	Ada gak Pak satu kegiatan yang benar-benar dikhususkan untuk satu jenis kelamin saja?
PR	Gak ada kegiatan yang dikhususkan untuk anggota laki-laki ataupun perempuan. Jadi, salah satu contohnya gini, kita punya satu <i>brand partner</i> Oriflame saat ini titlenya di Gold Director dia buat acara <i>make-up class</i> di hotel, di kampus. Maksud dari buat acaranya, dia garap eventnya, kemudian dipanggil timnya yang bisa <i>make-up</i> untuk ngajarin orang-orang gimana caranya <i>make-up</i> . Berarti semua bisa berpartisipasi.
P	Pernah tidak pak di class <i>make-up</i> itu ada partisipan laki-laki?
PR	Kalau untuk partisipannya gak ada laki-laki, karna tujuanny pasti untuk mengenalkan dan menjual produk <i>make-up</i> dari oriflamme yang <i>mostly</i> digunakan oleh perempuan. Tapi biasanya kita akan kasih dua sesi, pertama itu <i>make-up class</i> , kedua itu <i>grooming</i> . <i>Grooming</i> itu untuk cowok bagaimana mereka menjaga penampilan mereka dari bagaiman mereka menjaga kebersihan badan, perawatan tubuh, berpakaian dan pembawaan dada. Jadi tergantung marketnya masing-masing kita buatnya gimana.
P	Bagaimana peran bapak membantu <i>brand-partner</i> perempuan dalam mencapai kesuksesan karir mereka di Oriflame? Apakah bapak membuat perbandingan antara laki-laki dan perempuan?
PR	Engga, paling yang membuat kita membandingkan adalah bagaimana cara kerjny itu adlh dari profesi mereka. Contohnya, kalau perempuan di Oriflam ini kebanyakan perempuan yang sudah menikah itu adalah Ibu Rumah Tangga, mereka punya jam nya sendiri, berbeda dengan laki-laki. Laki-laki di sini adalah seorang pekerja, atau mahasiswa yang di mana waktunya lebih banyak. Jadi saya harus Tanya dulu nih, background dia apa nih, dia siapa, apakah seorang IRT, seorang mahasiswa atau pekerja, kita harus tau waktunya. Ketika dia IRT syaa akan Tanya, rutinitas sehari-hari apa yang dimana dia punya waktu lebih sedikit. Sehingga dia saya katakana harus bisa memanfaatkan waktu yang sedikit untuk bisa melakukan hal yang maksimal. Sementara untuk orang yang punya waktu

	lebih banyak yang memang dia seorang pekerja, pencari nafkah, maka kita akan buat perencanaan ataupun strategi bagaimana dia bisa memaksimalkan waktu dia di kantor, makan siang, sama pulang kerja untuk mengerjakan Oriflame. Jadi yang membedakan itu sebenarnya bukan gendernya, tapi soal profesi atau kesibukannya dia.
P	Apa tantang yang pernah bapak hadapi selama bekerja di Oriflame?
PR	Paling cerita ya, cerita dari <i>brand partner</i> untuk merekrut cowok. Lumayan banyak, gimana sih sebenarnya untuk meyakinkan cowok kalau mereka punya kesempatan yang sama untuk menjalankan bisnis Oriflame. Pasti karna Oriflame adlh perusahaan kecantikan, di mindset laki-laki itu tentunya merasa dengan mereka join di Oriflame mereka bisa mengurangi kejantanan mereka. Itulah stereotip tadi, padahal pada dasarnya Oriflame ini bukan jual produk kecantikan saja, tapi jual bisnisnya. Kalau laki-laki seperti yang kamu lihat kemarin ada yang <i>senior manager, director, gold director</i> , itu mereka orang-orang yang melek bisnis. Mereka dengan sangat percaya diri, dengan mereka join di Oriflame, kejantanan ku tidak berkurang dan aku juga tidak berubah tiba-tiba dari maskulin ke feminis, mereka paham itu karna mereka melek bisnis. Itu tantangan yang saya pernah dengar bagaimana mereka bisa meyakinkan laki-laki itu. Tapi biasanya kalau mereka menunjukkan conto laki-laki yang udah sukses, itu mereka mulai mencoba mendengarkan. Karna ini soal sudut pandang, soal pemikiran, mindset, yang dimana pola pikir yang sudah terbentuk dari lama susah ya untuk dibentuk.
P	Menurut bapak apakah setelah bekerja di Oriflame pekerjaan ini membantu memperkuat peran bapak sebagai laki-laki feminis?
PR	Kalau memperkuat saya belum yakin, tapi yang jelas saya semakin sadar bahwa kesempatan perempuan untuk bisa sukses itu semakin besar ketika saya bergabung di Oriflame. Semakin dilihat ternyata banyak perempuan sukses dengan mereka punya anak, mereka IRT itu gak menutupi pintu mereka untuk menuju kesuksesan, saya yakin bahwa rentang kesuksesan dan kesempatan itu selalu ada tapi ditentukan sama orang itu sendiri mereka mau kerjainnya tau engga, mereka mau capai atau engga. Jadi, saya juga semakin menghargai perempuan dan perannya.
P	Bagaimana bapak membangun identitas bapak sebagai laki-laki feminis sekaligus mempertahankan identitas laki-laki maskulin?
PR	Saya sendiri gak perlu harus menyusun formula untuk membangun sebuah image karna itu bukan tujuan utama saya. Tujuan saya sendiri itu untuk meyakinkan atau menjadi sosok seseorang yang dipercayai oleh <i>brand partner</i> , kalau soal bagaimana nge branding diri, saya gak fokus ke sana. Saya bodoamat sama tanggapan orang, tapi saya akan perlihatakn sisi

	maskulin saya ketika saya beraa di luar misalnya saya tegas sama saudara saya, saya berpakaian rapi, berjalan tegap. Tapi saya juga akan mendukung perempuan yang memang butuh bantuan saya sebagai <i>coach</i> . Seperti itu.
P	Apakah banyak laki-laki feminine yang menjadi <i>brand partner</i> di Oriflame? Berapa perbandingannya, Pak?
PR	Di Sumatera itu bisa dibilang 2:10, 10 yang maskulin.
P	Apa yang membuat bapak yakin kalau laki-laki punya peran penting di sektor kecantikan?
PR	Secara keseluruhan saya yakin bahwa penting atau engganya bukan berdasarkan dari gendernya mereka bukan dari jenis kelaminnya mereka tapi peran mereka. Contoh, oriflamme gak akan sebesar sekarang kalau gak ada tim pemasaran, <i>brand partner</i> itu tidak akan dimana-mana ada tanpa tim penjualnya. Penjual bisa cewek bisa cowok dan Oriflame gak akan ada produknya kalau gak ada yang buat. Yang buat juga bisa cewek bisa cowok. Jadi bukan penting cewe atau cowonya tapi peran mereka yang ikut andil dalam perusahaan kecantikan itu sendiri. Kalau di gudang itu kebanyakan cowok tapi cewek juga ada, karna ngomongin soal kesetaraan kan bukan berarti perempuan dan laki-laki itu punya beban yang sama. Maksud kesetaraan itu laki-laki dan perempuan itu punya kesempatan yang sama. Bukan berarti kalau cowok bisa angkat 10 kilo cewek juga harus 10 kilo. Maka kalau di sektor pergudangan, pengiriman yang mostly menggunakan massa yang lebih banyak komposisi idealnya memang lebih banyak pria dibanding perempuan.
P	Bagaimana bapak meyakinkan orang yang menganggap laki-laki tidak cocok bekerja di perusahaan kecantikan?
PR	Saya tidak pernah meyakinkan orang secara langsung, tapi jika itu terjadi saya meyakinkan bahwa manusia itu diciptakan tanpa limit. Saya akan menjelaskan bahwa di sini kan <i>beauty</i>, kecantikan yang dimana cantik itu artinya bukan seorang perempuan yang punya penampilan menarik bukan itu istilah cantik, tapi seseorang yang punya penampilan menarik yang fisik standarnya lebih tinggi, itu yang dimaksud dengan cantik. Bahkan kalau di istilah bahasa Inggris kan <i>beauty</i> ya '<i>you are so beauty</i>' itu bisa untuk laki-laki bisa untuk perempuan, hanya saja di Indonesia menjadi cantik dan ganteng. Pada dasarnya kan <i>beauty</i> bisnis kecantikan, yang dimana bahwa kebetula di ruang lingkup saya juga banyak laki-laki yang <i>aware</i> tentang <i>beauty</i> bagaimana mereka harus pakai parfum pakai skincare, jaga kebersihan, jaga kerapian itulah dasar dari sebuah <i>beauty</i>. Lalu, bagaimana saya meyakinkan mereka bahwa mereka juga punya kesempatan yang sama di <i>beauty</i> ini, saya bisa langsung kasih bukti nyata

	kalau pekerjaan cowok juga bisa dikerjakan perempuan dan sebaliknya. Jadi itu kita juga harus meyakinkan mereka, stop mengkotak-kotakkan, stop membuat limit diri kita sendiri kalau kita perempuan kita ga bisa terjun ke pekerjaan begini, begitu juga dengan perempuan. Kita jangan pasang limit untuk diri kita sendiri.
P	Apakah bapak lebih percaya diri untuk menunjukkan identitas bapak sebagai laki-laki feminis?
PR	Ya, tentu. Saya tentu dimana-mana percaya diri kok kalau saya bilang saya gak suka perempuan di diskriminasi, karena saya memang sosok yang memiliki point of view atau sudut pandang di diri saya. Saya bukan aktivis yang harus ada action yang terprogram ya.
P	Bagaimana respon keluarga dan orang terdekat bapak melihat bapak bekerja di Oriflame?
PR	Menerima, mereka malah senang. Kalau kami tim manajemen kan dapat free produk jadi sebagian juga adik sebagian bedak, lipstick, skincare gitu.
P	Apakah bapak merasa sudah berhasil menjadi laki-laki feminis yang mendobrak stereotip gender setelah bekerja di Oriflame?
PR	Ya karna saya dengan pekerjaan saya sebagai bisnis coach saya bisa mengantarkan perempuan ke karir mereka yang tinggi hingga menghasilkan bonus bulanan 3 digit itu menurut saya, saya sudah membantu mereka ya mendukung mereka. Begitu juga dengan laki-laki, ya ga ada perbandingan lah, jadi itu <i>culture</i> kita di Oriflame.

2. Wawancara dengan Pemimpin Komunitas *Fast Community Oriflame*

Nama Informan : Karya Pinem Purba

Title di Oriflame : *Sapphire Director*

Usia : 54 tahun

Pekerjaan : Pemimpin Komunitas *Fast Community Oriflame*

Tanggal Wawancara : Sabtu, 18 Januari 2025

Topik Wawancara : Latar belakang Komunitas *Fast Community* dan laki-laki feminis.

P : Penulis,

PK : Pak Karya

P	Sebelumnya apakah boleh bapak perkenalkan diri terlebih dahulu dan sudah berapa lama di Oriflame, Pak?
PK	Oke, perkenalkan saya Karya Pinem <i>leader Fast Community</i> , saya bergabung di Oriflame itu udah 24 tahun saya gabung tahun 2000
P	Bagaimana pandangan bapak terhadap stereotip gender di Indonesia saat ini, Pak?

PK	Pandangan saya terkait masalah gender untuk pemilihan kerja atau berkarir di dunia kecantikan, karna di Oriflame lah khususnya ya, di sini kan kita bukan terkait dengan apa yang kita jual tapi apa yang bisa kita dapatkan. Lalu, kenapa saya pribadi memilih bekerja di bisnis kecantikan khususnya Oriflame ini, karena di Oriflame menurut saya bukan apa yang kita jual tapi apa yang bisa kita dapatkan dari usaha ini, kalau memang apa yang bisa kita dapatkan tentu semua orang butuh kan, kebutuhan itu kan tidak memandang gender, mau itu perempuan mau itu laki-laki mereka pasti punya kebutuhan, punya impian dalam hidup mereka dan khususnya Oriflame tentunya dengan konsep <i>multi level marketing</i> dengan sistem <i>success plan</i> (peluang kesuksesan)-nya, memungkinkan untuk semua gender dan itu yang saya buktikan bahwa semua laki-laki , bapak rumah tangga dengan 4 orang anak pun bisa.
P	Apa tanggapan bapak nih jika ada orang beranggapan perusahaan kecantikan itu sebagai dunianya perempuan saja?
PK	Salah sih menurut saya ya. Gak benar. Karna balik tadi kebutuhan itu gak memandang gender.
P	Sebagai <i>leader Fast Community</i> , apa saja nih Pak kegiatan yang terpikirkan oleh Bapak atau yang bapak buat yang sudah menjadi kebiasaan atau budaya di komunitas ini untuk mewujudkan pengembangan <i>brand partner</i> atau tim bapak baik laki-laki ataupun perempuan?
PK	Oke, jadikan gini, di Oriflame bukan hanya saja menjual produk. Di <i>fast community</i> ini lebih kepada strategi kerja. Kenapa? Karen di Oriflame untuk suksesnya itu kan bukan seberapa banyak yang kita jual secara pribadi. Di Oriflame kita bisa meningkatkan omset dengan kerja sama dengan para tim. Tentunya dalam membangun <i>leadership</i> ada yang kita lakukan secara rutin, jadi yang udah membudaya di kita ini adalah apa yang kita sebut sebagai komunitas dalam membangun jaringan itulah training-training itu rutin kita lakukan secara <i>continue</i> . Setiap bulan bahkan setiap minggu kita ada training, mulai dari training mengenal produk, training mengenal <i>success plan</i> , dan training tentang menambah pengetahuan merekrut, dan training tentang penggunaan produk itu sendiri. Jadi kalau dikaitkan dengan gender, namanya kita ada pelatihan, ya yang mau baik laki-laki maupun perempuan pasti bisa sih kalau menurut aku.
P	Ngomongin strategi dan training dalam <i>success plan</i> tadi, bapak di samping sebagai <i>leader</i> juga berperan sebagai kepala rumah tangga yang sudah memiliki pasangan. Apakah bapak membatasi diri sebagai <i>leader</i>

	untuk mementoring brand partner ataupun tim bapak yang perempuan atau bapak lebih senang mementor yang laki-laki?
PK	Untuk bisa menyampaikan training tadi atau memberikan dukungan kepada semua <i>leader</i> baik itu laki-laki dan perempuan ya saya rasa sama kok saya memperlakukan mereka dan kalau dikaitkan dengan kepala keluarga apakah saya membatasi diri seperti itu, ya kalau saya kan terbuka juga di rumah, apa yang saya kerjakan di Oriflame pasangan tuh tau dan mengerti gitu, dan sejauh ini ya dalam konteks saya dalam menjalankan bisnis ini saya gak pernah neko-neko, sehingga pasangan gak ada masalah tapi saya juga merasakan ada tantangan, gitu. Jadi, ada tantangannya, apalagi kita sering mengadakan <i>traing one to one</i> yang langsung, dan yang saya pikiri teman saya berjumpa, saya tau mereka itu gadis, mungkin ibu rumah tangga, yang mungkin memiliki keterbatasan bertemu dengan lelaki gitu. Ya, disinilah kita pintar-pintar bagaimana membawakan diri sehingga mereka tidak merasa risih walaupun kita laki-laki.
P	Bagaimana mneurut bapak sebagai <i>leader</i> jika melihat penghasilan atau pendapatan tim bapak yang dulu levelnya dibawah bapak sekarang sudah melebihi dari penghasilan Bapak sendiri? Dan bagaimana jika itu adalah perempuan?
PK	Apa problemnya? Kan ga ada masalah. Artinya gini selagi mereka mendapatkan dengan cara yang benar apa yang salah kalau mereka yang lebih tinggi. Di sini kan bukan masalah siapa yang lebih hebat tapi bagaimana saling mendukung. Contoh <i>downline</i> saya kalau dia laki-laki atau perempuan pun, kalau bonusnya lebih tinggi saya ga ada masalah. Memang dari segi nominal dia lebih tinggi tapi tetap kan saya sebagai atasannya, artinya gini kekuatan dari mereka dalam jaringanlah yang membuat mereka menjadi besar kan?. Ini justru memotivasi saya bagaimana supaya harus membangun jaringan ke samping yang membuat bonus kita lebih besar. Contoh kaak tadi kan saya belum pernah jadi <i>Diamond</i> tapi saya memiliki <i>downline Diamond</i> , da nada beberapa <i>diamond</i> di jaringan saya. Secara bonus belum tentu dia lebih dari saya walaupun dia <i>diamond</i> saya belum. Dan ada juga yang <i>downline</i> saya bonusnya lebih besar dari pada saya. Contohnya Kak Eki dulu dia sangat sering minta bimbingan dari saya, tapi lihat sekarang dia udah hebat, udah mandiri, katalognya saya gak perlu lagi urusin, bahkan dia udah lebih jago sekarang dari saya. Dia bisa meng- <i>handle</i> semua timnya, permasalahan-permasalahan dalam jaringannya udah bisa di- <i>handlenya</i> sendiri.
P	Nah , bapak kan lulusan teknik Sipil ya yang dianggap lulusannya itu mestinya kerja jadi kontraktor bangunan, gitu. gimana tanggapan

	keluarga atau orang terdekat bapak saat tahu bapak bekerja di Oriflame sebuah perusahaan kecantikan yang menjual produk kecantikan?
PK	Tidak selamanya profesi itu menjamin kemakmuran dan kebahagiaan. Kerja itu kane da hubungannya dengan apa yang kita dapat dan bagaimana kita merasakan apa yang kita dapat itu kan. Dulu awalnya saya tidak langsung tertarik dengan dunia marketing, pertama kali saya diperkenalkan itu kan sama seorang supir angkot. Saya melihat dirinya itu awalnya melihat dia sebagai supir angkot. Kemarin justru saya udah menganggap diri saya itu hebat karena diri saya itu <i>engineer</i>. Namanya Pak Walden Silalahi. Beliau memperkenalkan bisnis ini kepada saya, itu lama baru saya mau, itupun karna udah kasihan lihat dia karena bolak-balik terus untuk memfollow up saya. Dan pada akhirnya juga ga jalan. Karena awalnya juga karena kasihan. Tapi karna ngotot, dia jelasin, saya diundang untuk satu training. Nah disitulah mulai terbuka mata saya mengenai kebebasan finansial dan kebebasan hidup karna kita kan bukan karyawan jadiga ada tekanan, gak terikat kita. Kemudian, Saya mengalami banyak ya penoakan, karna saya laki-laki saya berhadapan dengan laki-laki teman saya sendiri justru mereka menolak. Justru orang yang kenal dengan saya justru malah mereka yang bukan mendukung sayatapi justru dia menjadi pnghalang karena pa, ya mungkin karena dia melihat saya lulusan teknik sipil lalu 'kok mau kamu pekerjaanya seperti ini?' Saya kan lulus kulaih tahun 97 jadi sulit mencari dunia kerja saat itu karna lagi krisis moneter kan, peralihan dari zaman masa orde baru ke reformasi, da seluruh Indonesia kan terjadi kekacauan. Jadi mau tidak mau setelah melihat potensi yang ada di Oriflame itu saya beri eksperimen ke diri saya, saya akan coba selama 6 bulan. Setelah enam bulan saya akan ambil keputusan apakah saya lanjut atau cari pekerjaan lain. Saat itu juga datang tawaran untuk bekerja di perkebunan sebagai kontraktor, Cuma harus meninggalkan kota Medan dan keluarga sampai-sampai mamak saya nangis, karna orang lagi sibuk cari kerja, saya malah nolak. Tapi saya udah sempat meletakkan hati di Oriflame karna udah melihat konsep tadi. Akhirnya saya bilang dengan keluarga beri saya waktu enam bulan akan saya ambil keputusan dan ternyata baru 4 bulan saya jalani saya memutuskan untuk di Oriflame.
P	Bagaimana bapak mempertahankan identitas dan citra maskulin bapak di depan teman-teman yang mungkin cara pandang mereka berubah saat bapak bergabung di Oriflame?
PK	Karna kita memiliki alasan kenapa kita harus kerjakan Oriflame, karena kita udah memiliki tujuan. Jadi memang tantangan itu tidak terasa

	dibandingkan dengan tujuan yang mau kita capai, jadi pada saat itu aku melihat beberapa teman yang engineer juga, ya hidupnya juga gak jauh beda dari kita. Jadi pada saat itu aku juga justru bilang kita kaan lihat. Terbukti ya tahun 2007 saya udah mulai keliling dunia dari Oriflame. Artinya gini saya belum bisa merubah mindset mereka karna saya juga belum apa-apa, masih kecil pendapatan saya. tahun 2000 awal bonus saya itu 14.500 an rupiah gitu. Mereka meremehkan, tapi kalau hari ini kita bersyukur ada pada tempat kita hari ini.
P	Berapa perbandingan <i>brand partner</i> laki-laki dengan perempuan di <i>Fast Community</i> , Pak?
PK	6 banding 20 ada. Laki-laki yang sampai jadi <i>leader</i> itu ada sekitar ratusan lah mulai dari yang <i>Senior Manager</i> .
P	Bagaimana peran bapak sebagai laki-laki feminis dalam membantu perempuan mencapai kesuksesan?
PK	Saya ga ada membatasi apa yang bisa saya berikan untuk mereka untuk membiarkan mereka melejit, sebatas mereka minta ya saya berikan, baik itu dukungan daripada pendampingan ya selagi mereka memang betul-betul serius ya beberapa <i>downline</i> saya bahkan mereka udah pernah mengelak, menghindar dari saya pun saya tetap kejar karna mereka itu menurut saya karna belum tau ajanya peluangnya.
P	Gimana bapak memastikan mereka yang perempuan kalau ini punya peluang?
PK	Pertama aku yakin dengan diriku bahwa sedangkan aku laki-laki aja bisa sukses di karir ini, masa dia yang perempuan ga bisa. Iya, ini produk kan produk wanita, konsep <i>success plan</i> itu memberi peluang kepada semua gender. Kalau kalian perempuan bebas kan mendatangi sesame perempuan kalau aku laki-laki pasti ada batasan-batasan, gak bisa langsung kubilang “heiii” gitu. Karena waktu aku join Oriflame umurku sudah 29 tahun dan sudah punya anak, artinya aku ga bisa lagi memposisikan diriku sebagai lajag lagi.
P	Bagaimana tantangan yang bapak alami saat bertemu dengan orang-orang yang masih punya pandangan atau stereotip gender tadi?
PK	Eee..pernah pengalaman gini. Saya pernah diundang untuk menyampaikan training di dalam suatu grup saat saya sudah di level <i>Director</i> , mereka udah ngumpul ni para ibu-ibu trus waktu turun dari mobil aku masih dengar ada yang bilang gini “yahh, laki-laki nya yang datang, yang ga salah undang nya kau nang”, katanya sama <i>leader</i> mereka. Yah akhirnya pasti dong aku ada perasaan gak enak juga. Tapi di sini kan bagaimana kita melawan karna inikan bagian dari tantangan, aku tetap

	bisa membawakan diriku bahwa di sini laki-laki bisa dan aku tunjukkan. Karena seperti tadi bukan hanya dunia <i>make-up</i> nya yang penting di sini tapi peluang yang ada dalam konsep usaha. Kedua aku juga pernah, membawa <i>training</i>, tapi suami dari ibu-ibu yang udah ngumpul ini marah-marah, kebetulan yang jadi tuan rumah saat itu suaminya pulang dari luar, nah saya kan berhadapan dengan 7 perempuan dan istrinya ini paling tua dari perempuan ini semua dan saat itu suaminya marah, menganggap ya mungkin negative, dia pikir mungkin aku bukan mau menjelaskan usaha tapi mungkin tanda kutip takut gitu. Jadi waktu saya <i>training</i> dia langsung banting pintu kamar dia, itu banyak. Tapi balik lagi bahwasanya semua dunia usaha pasti ada tantangannya untuk meraih hasil yang maksimal itu ya harus kita lawan.
P	Nah, awalnya gimana sih Pak Komunitas ini bisa terbentuk?
PK	Komunitas ini udah berapa kali berubah nama. Tahun dibentuknya itu tahun 2005. Jadi awalnya itu kita dapat dari dukungan manajemen itu kan pembelajaran yang paling penting kan di sini. Kalau di Oriflame secara keseluruhan terbatas yang mereka lakukan, jadi ada kepikiran untuk buat komunitas. Awalnya bukan komunitas ku sendiri tapi rame-rame sekota Medan, beberapa leader kami disitu, tapi sulit menyatukan pendapat, karna apa? Karna keberbedaan pandangan dan kemampuan hingga akhirnya gak jaan. Tapi karn aku lihat pertemuan komunitas itu penting dan berguna, aku terus ngotot ahirnya aku mulai bentuk dari 5 orang di timku, 5 jadi 10, 10 jadi 20, gitu. Mulailah membentuk nama, nama pertamanya itu <i>PRIDE CLUB</i>, dan tahun 2010-an kalau ga salah itu masa-masa booming udah mulai banyak anggota dan beberapa <i>leader</i> memecah diri bahkan pernah sampai padam semuanya artinya masing-masing gitu. Kami tetap di Pride dan akhirnya beberapa leader karna mulai goyang kekuatan kan harusnya ada di kebersamaan, jadi karna udah mulai pecah akhirnya melempem, beberapa <i>leader</i> minta bergabung lagi berganti lagi namanya jadi <i>PRIDE COMMUNITY</i>, tapi hingga akhirnya ini juga kurang bergerak dan akhirnya beberpaa <i>leader</i> yang tadinya pecah lagi minta bergabung dan itulah yang sekarang. Jadi, <i>Pride Community</i> ternyata ada nama di sebuah komunitas yang ternyata perkumpulan laki-laki yang kelainan seks. Karna udah jaman media sosial sudah mulai terlihat kan, jadi kita takut kalau kita udah <i>booming</i> suatu waktu malah dikira orang kita bagian dari itu gitu. LGBT, ya. Akhirnya kami carilah nama, dan terakhir namanya inilah <i>Fast Community</i> yang sampai sekarang ini. <i>Fast Community</i> kemarin itu jadinya cuman bertiga, aku, Rosdeni dan

	Eki, ini terakhir datang Windi, Qorih Ginting minta gabung lagi jadi kami cuman ganti logo, namanya tetap. Logo aja yang berubah. Jadi, <i>Fast Community</i> yang lama setelah beralih nama dari Pride ke Fast disahkan namanya tahun 2018 ada jadi '<i>Fast</i>'. Tapi kalau <i>Fast Community</i> yang sekarang yang udah ada beberapa leader masuk lagi yang sekarang itu paling setelah satu tahun lebihh gitu.
P	Kenapa namanya <i>Fast</i> ? Apakah Karen arti <i>fast</i> itu cepat gitu, Pak?
PK	Eee, itu bukan karna artinya cepat. Karna FAST itu punya singkatan, FAST itu <i>Fun And Succes Togetherness</i> artinya Sukses bersama yang menyenangkan.
P	Bagaimana komunitas ini memperkuat peran bapak sebagai laki-laki feminis untuk mendukung kesetaraan gender?
PK	Jadi gini usaha ini kan memberi peluang bisnis bagi semua jenis kelamin, dengan adanya komunitas ini dengan mempromosikan saya sebagai laki-laki untuk meyakinkan teman-teman mereka yang laki-lai bahwasanya bisa. Jadi sebenarnya sangat mendukung. Saya juga bisa lebih peduli terhadap maslah yang dialami anggota tim saya yang perempuan padahal sewaktu saya kuliah saya terbatas ya untuk dekat dengan perempuan. Gini saya laki-laki kan punya keterbatasan nih di bidang kecantikan, saya punya tim perempuan. Mereka para perempuan memiliki keterbatasan dalam meyakinkan laki-laki jadi mereka mempromosikan saya.
P	Apa saja hal menarik yang bapak alami selama bergabung di <i>Fast Community</i> ?
PK	Pekerjaan kita menjadi lebih mudah karna kita saing mendukung. Kedua aku sebagai laki-laki memiliki keterbatasan dalam memahami produk, dengan adanya komunitas ini yang mana para leader ataupun anggotanya yang memiliki kemampuan berbeda beda bisa saling melengkapi gitu. Waktu awal Pride saya semuanya saya sendiri yang buat apa-apa, materinya, mengajak orangnya, atau mengundang <i>beauty coach</i> nya jadi kalau hari ini ya leadernya sendiri pun wanitanya udah ada kan.
P	Bagaimana bapak mengelola perasan bapak ketika ada tanggapan dari luar saat bapak kerja di bidang kecantikan ini?
PK	Justru ada kebanggaan. Artinya gini tanggapan negative pada umumnya bisa menjatuhkan kita tapi saya justru menganggap jadi suatu kekuatan pada akhirnya, kenapa? Karna saya bisa tampil diantara para wanita yang notabene ini banyakan produk wanita. Jadi justru saya bilang kepada mereka yang negatip itu apa masalah? Justru bukan apa yang kita jual yang membuat kita harus seperti itukan. Kayak yang di pajak Melati banyak laki-laki jual monja, jual pakaian dalam perempuan, apakah mereka

	memakainya dan langsung bertingkah jadi perempuan? Kan ga ada hubungannya. Justru yang bahaya sekarang laki-laki yang merasa dirinya perempuan. Dan gak jarang itu di sini, ada laki-laki yang seperti itu. Mereka ada juga yang jadi <i>leader</i> tapi gak banyak. Artinya gini banyak juga mereka sulit berhasil di sini. Sepengamatanku ya lebih kepada cara berpikir mereka. Kalau saya pribadi saya mau bombing siapapun yang mau sukses baik laki-laki atau perempuan, justru orang yang seperti tadi itu jiwa kepemimpinan, jiwa motivator kan kurang. Ada di prospekan kita yang seperti itu gitu. Dan kita bisa merasakan kalau mereka sulit untuk jadi yang terdepan. Kalau di bidang produk mereka happy tapi kalau menjadi leader mereka kurang karna <i>leadership</i> mereka itu susah di tempeh gitu. Ada sempat leader yang seperti itu tapi gak bertahan lama, tapi banyak laki-laki maskulin banyak jadi leader. Artinya gini, tingkat keberhasilan seseorang di Oriflame sejalan dengan tingkat <i>leadership</i>nya, bagaimana mendukung jaringannya. Mereka punya jiwa dalam menghadapi tantangan ini lebih ringan, dibanding kami yang maskulin. Karena arah pendekatan dia ke orang mereka lebih mudah daam hal memasarkan produk ya. Namun untuk hal menjadi mandiri mereka memang sulit. Ya laki-laki kami pola pikirnya kan ke tujuan ya.
P	Apa yang membuat bapak yakin bahwa laki-laki punya peran penting di Oriflame terutama di Fast Community yang bergerak di bidang kecantikan?
PK	Kita kan produk kecantikan yang dibutuhkan semua orang dan diminati banyak orang yang mana income yang dihasilkan atau peluang menghasilkan uang lebih besar apalagi hari ini produk kecantikan ini termasuk salah satu hal yang lagi digemari. Wisata, kuliner dan kecantikan. Jadi laki-laki yang saya lihat kemmapuan dalam memimpin kalau dia udah yakin akan lebih ngotot laki-laki dari pada perempuan tapi menurut aku selagi mereka peran laki-laki mereka selagi mereka butuh saya bantu.
P	Bagaimana bapak menjelaskan kepada seseorang yang menganggap laki-laki gak cocok kerja di beauty company atau mungkin masalah yang sama dialami saat merekrut?
PK	Pertama aku menunjukkan peluang dari apa yang dijual, lalu ku kaitkan dengan butuh gak dia. Dilihat dari success plan, jadi bukan dari mengawali produk, tapi tunjukkan hitung hitung uangnya, dan kalau laki-laki misalnya paa salahnya kamu laki-laki bisaloh dapat penghasilan. Aku langsung katakan apakah pekerjaan yang harus seperti jual emas yang harus dikatakan wah, harus yang jai dealer mobil baru wah? Kalau yang

	menjual pakaian cewek saja dia bisa berpenghasilan, karna seyogyanya kan semua perempuan butuh ya. Kalau bisa menghasilkan kenapa engga? Jadi aku mengawali dengan impian mereka.
P	Apakah identitas bapak sebagai laki-laki maskulin masih terjaga Pak?
PK	Iya, gak ada masalah saya rasa. Bukan berarti kita masuk ke garasi kita jadi mobil kan? Yang penting kita bisa membawakan diri kita dengan diri kita sendiri. Jadi gak langsung berubah.
P	Apa hal utama yang ingin bapak capai sebagai laki-laki feminis di komunitas ini, Pak?
PK	Ada satu kebanggaan bagiku setiap aku mnciptakan orang berhasil. Ada kebanggaan tersendiri, karna setiap orang berhasil pasti menambah income kita. Kebanggaan menjadikan hidup orang lebih baik. Dan hari ini aku bangga melihat <i>downline</i> ku yang gadis-gadis berhasil semua dan sekarang udah jadi mamak-mamak. Seang saya. Kedua semakin banyak teman, jadi besokpun kamu berhasil gak mungkin langsung lupa saya kan.
P	Apakah bapak merasa sudah berhasil mendobrak stereotip gender di komunitas ini selama bapak kerja di Oriflame?
PK	Kalau ditanya itu puas atau belum ya belum. Karna sulit juga berubah pola pikir orang walaupun kita sudah tunjukkan buktinya sangat sulit. Tapi kalau di lingkungan Oriflame dan komunitas saya yakin karena mereka udah melihat sendiri kan. Tapi saya bangga juga anak saya laki-laki mau. Mau bantu aku dan dia mandiri membantu aku.

3. Wawancara dengan Pemimpin Komunitas *Fast Community Oriflame*

Nama Informan : Walden Silalahi
 Title di Oriflame : *Diamond Director*
 Usia : 57 tahun
 Pekerjaan : Pemimpin Komunitas *Fast Community Oriflame*
 Tanggal Wawancara : Rabu, 25 Januari 2025
 Topik Wawancara : Stereotip Gender dan Peran Laki-laki Feminis

P : Penulis, PW : Pak Walden

P	Apa bapak boleh ceritakan awal cerita bapak bergabung di Oriflame? Kalau boleh tau usia bapak berapa ya pak sekarang?
PW	Saya sekarang usia 54 tahun, kenal oriflamme tahun 95 (1995). Tapi saat saya bergabung belum saya seriusin. Jadi ceritanya saat itu saya bawa angkot kan jadi ada teman saya dulu seorang dosen dia. Dia tawari binis ini pas dia penumpang saya kan. Sayakan lulusan sarjana ekonomi juga. Jadi kalau membawa angkot ini saya dari mahasiswa sudah, jadi kalau misalnya ada libur saya narik angkot dari trip sambo dua dua trip lah untuk ambil makan.

	Bukan berarti orang tua saya gak mampu ya, tapi sebenarnya saya dari SMP senang cari uang sendiri, karna bahagia bisa punya uang sendiri waktu kecil kan. Jadi sejak ditawari aku yakin juga sebenarnya itu menghasilkan duit tapi belum ngerti sukses plan nya kan. Ini KTP ku ini namaku gitu. Jadi soal pengetahuan itu seabodoh-bodohnya bisa dapat itu. Lama-lama aku paham bahwa setiap peluang itu tidak datang 2 kali. Jadi di samping mencari duit aku selalu berpikir positif gak pernah kalau ada kesempatan pikir-pikir dululah gitu langsung action. Jadi kelemahan kita memang kenapa susah cari duit, memang itu selalu banyak berpikir dulu. Kemudian saya diajari merekrut orang untuk saya biar bisa bangun jaringan karna kan oriflamme ini kalau mau bonus banyak harus besar jaringannya.
P	Lalu gimana cara bapak merekrut pak apalagi dengan bapak sebagai laki-laki nih Pak, apakah banyak penolakan?
PW	Kalau yang laki-laki itu kan gampang kita dekat. Banyak penolakan tapi saya tidak pernah anggap peolakan itu jadi batu sandungan memang manusia tidak semua harus mengiyakan, kalau 100 saya ajak kalau 5 aja yang masuk ini bisa nanti jadi ribuan. Saya ajak saya bombing hingga sekarang ini saya bisa jadi <i>Diamond Director</i> . Pernah saya rekrut laki-laki, perempuan juga tapi bawa aja ke suasana yang lebih senang dan menurutku coba aja rekrutnya ga usah formal-formal. Bisa aja langsung Tanya “kau mau uang gak?” hah gitu biasanya langsung tuh mau mendengar mereka.
P	Apa tantangan bapak dalam menghadapi pandangan orang yang beranggapan tempat kerja dia ini harusnya kan tempat perempuan gak cocok untuk laki-laki?
PW	Pasti ada ya tantangannya itu, karna saya bilang ini, produk itu hanyalah alat. Bukan karna kita laki-laki trus pakai lipstick nya kan engga ya. Kana da produk laki-laki banyak yang kita pakai, parfum, deodorant. Sebenarnya komunikasi itu perlu karna produk itu hanya sebagai alat. Tapi kan konsepnya itu kita itu sebagai seorang pengusaha, pebisnis. Saya bilang aja ke mereka “banyak laki-lai di pasar yang cual dalaman wanita, apakah mereka pakai itu juga?” Kan engga.
P	Title tertinggi bapak apa Pak?
PW	<i>Diamond</i> .
P	<i>Downline</i> bapak ada laki-laki yang udah jadi <i>diamond</i> ?
PW	Ada. Salah satunya Imanuel Surbakti, Karya Pinem banyak lagi. Jadi aku bisa menciptakan orang-orang hebat. Banyak yang udah sukses. Perempuan di bawahku juga udah banyak yang jadi Diamond, ada Qoriah, Windi, Deni banyak lagilah. Disitulahh enaknya bergabung di Oriflame, saling membantu. Membantu banyak orang. Semua itu aku yang ajari dulu, kuajak

	mereka, makanya kalau aku datang ke kantor kadang mau mereka minta diskusi dulu sebelum aku pulang.
P	Bagaimana cara bapak mengajari <i>downline</i> perempuan juga laki-laki Pak?
PW	Sama aja, langsung tegas sama mereka, baik itu laki-laki ataupun perempuan. Karna saya gakk suka perempuan itu menye-mense, nanti jadi dianggap orang lain dia remeh. Kalau bisa ayok kita harus sama-sama berprestasi besar di oriflamme. Saya bilang langsung ke mereka “lebih bagus kamu sakit lima tahun dari pada kamu sakit sampai tua”. Ini yang kalian bangun asset kalian bukan asset Oriflame aja. Kalian gak kerja dengan tekanan karna ini bisnis punya kalian.
P	Jadi dulu saat memasarkan produknya apalagi banyak ini kan produk perempuan gimana pak tanggapan orang lain?
PW	Ya kubawa aja produknya di dalam tas kubawa ke rumah-rumah, katalognya, produk yang penting-penting di rumah lah, shampoo, sabun, odol, handbody yang bisa langsung ku todong orang yang punya rumah itu. Daripada beli di luar sana ini aja beli karna udah datang aku ke rumah mu gitu. Terpaksa udah beliklah mereka.
P	Na, kaaau untuk mendukung perkembangan tim di jaringan bapak pernah ga buat kegiatan yang itu udah jadi kegiatan yang biasa dilakukan atau udah membudaya?
PW	Kalau di luar kota saya buat itu pertemuan, mereka kuajari mereka cara berbicara juga. Jangan hanya aku yang menyampaikan pesannya, ajdi agar mereka juga menjadi <i>leader</i> yang tangguh, kuat. Jadi kalau mau kaya bergaul dengan orang kaya. Kalau mau jadi pebisnis hebat, bergaullah dengan pebisnis hebat. Kalau kita jadi <i>leader</i> jangan lemas-lemas, jangan penolakan itu menjadi beban bagi kita. Kalau di sini betul-betul kita di asah. Penampilan kita diasah cara berbicara kita juga di asah. Jadi bukan faktor usia yang menentukan <i>leadership</i> seseorang itu hebat atau tidak. Yang muda pun bisa lebih hebat dari yang tua. Di sinilah dia tempatnya.
P	Sebelumnya bapak pernah dipimpin perempuan?
PW	Tidak, tapi saya dulu dibimbing sama <i>upline</i> saya laki-laki. Trus diatanya lagi ada <i>leader</i> perempuan namanya Ibu Jeni Rawat. Tapi balik lagi kan dia hanya pintar jual dan dagang. Kalau jaringannya lebih besar saya gitu. Karena perempuan sukanya kan untung langsung. Kalau aku kan memasarkannya yang sulit makanya untuk tutup tutup point ku ku beli aja nutrishake. Kita sehat duit datang. Kadang kalau aku top10 selalu dikasih produk terbaru Oriflame kan, makanya parfum aku jarang aku beli. Nah jadi itu kalauu kamu lihatlah rata-rata sukseskan perempuan jadi pengusaha di sini.

P	Bapak masih setuju gak sama pandangan-pandangan yang bilang kalau <i>beauty company</i> cocoknya perempuan?
PW	Enggallah, itu dia kurang luas perjalanannya. Karna begini, kalau kamu gengsi tapi duitmu ga ada nonsense itu. Buktikan dirimu bahwa kau berkualitas, bukan gengsimu dulu kau tonjolan.
P	Nah, lalu gimana tanggapan bapak dengan perempuan yang bekerja? Apakah harus setara dengan laki-laki penghasilannya?
PW	Gimana ya bukan uang segala-galanya, saya ambil contoh istri saya saja. istri juga perlu refreshing, uang bukan segala-galanya, istri perlu banyak kenalan. Jadi kalau seorang laki-laki mengungkung istrinya di rumah, apa yang didapat suaminya itu yang diterima, itu bukan laki-laki, jahat itu, gimana ya bilang, dia tidak mengizinkan pasangannya sendiri berkespresi gitu. Dia gak mendukung itu gak laki-laki itu. Itu menurut aku si istri atau perempuan bisa mendapatkan penghasilan sendiri justru kan membantu suami dia merasa lebih rileks. Biasanya kalau istri didukung suami menjalankan bisnis Oriflame saya yakin berhasil. Banyak yang begitu, berhasil. Jadi itulah peran laki-laki. Dan kita laki-laki sebagai <i>leader</i> kita juga memberikan motivasi-motivasi yang mengubah karena cara berpikir perempuan dan laki-laki berbeda. Perbedaan perempuan lebih suka penghasilan yang cepat misalnya dari penjualan langsung, itu harus kita ubah sebagai laki-laki biar mereka berkembang cepat. Kalau dia bisa berdangan sekaligus menjadi entrepreneur atau pebisnis itu lebih bagus lagi perempuan itu. Jadikan tidak ada orang yang gagal di dunia ini, yang gagal itu hanya orang yang menganggap dirinya hebat. Jadi kita harus saling mensupport orang untuk membangun dirinya menjadi lebih baik. Biar bisa jadi berkat bagi orang lain. Itu makanya kua senang di Oriflame ini, karena jadi banyak saudara-saudara kita yang dulunya kita tidak kenal.
P	Bapak suka tidak melihat perempuan mengalami kemunduran atau dia misalnya tertinggal selangkah di belakang bapak?
PW	Saya tidak suka itu mengalami kemunduran menjadi Ibu rumah tangga saja yang bebas diperlakukan suaminya seenaknya, saya sangat kepingin semua perempuan itu berkreasi. Jangan tergantung kepada suami atau keluarag. Dia juga harus bisa menunjukkan kalau dia bisa mendapatkan penghasilannya sendiri dan dia harus membentuk kepribadiannya sendiri, jati dirinya harus kuat. Makanya saya ga pernah kungkung istriku di rumah, gapapa kemana aja bebas, siapapun temannya bebas asalkan yang baik, karena laki-laki sejati itu kan menghasilkan, dia jadi tau bisnis kan. Karena kita ajari dia jadi tau, oh enak rupanya untungnya gitu kan. Sibuk dia mengurus pelanggannya kan jadi gak gampang dia seperti tertekan. Tapi ada kekurangan perempuan kalau

	dia sudah memiliki penghasilan, dia merasa dia lebih tinggi dari suaminya, sehingga di mau cuek gitu. Itu kan kekurangan perlu dirubah makanya butuh laki-laki juga. Makanya kalau istri penghasilannya lebih tinggi dari laki-laki jangan sampai meninggalkan keluarga dan tanggung jawab untuk anak. Jadi yang saya maksud perempuan bisa berkreasi tapi tetap harus ingat kodratnya sebagai istri gitu.
P	Bagaimana tanggapan orang tua atau orang terdekat bapak saat tau bapak kerja di Oriflame?
PW	Keluargaku dulu karna banyak pegawai jadi anggap sepele katanya “apalah itu jadi martiga-tiga bedak sekarang dia. Ada bapa uda ku seorang sarja ekonomi dari Nomensen sepele kali tapi karna udah liat aku terbang ke sana ke sini heranlah dia sampe bertanya-tanya “yang kosmetik-kosmetik itu?” gitu. Kadang pekerjaan yang dianggap orang cakap, belum tentu tekanannya lebih ringan dan efisien kerjanya dibanding Oriflame ini. Kita yang bangun asset kita sendiri.
P	Kalau di Oriflame ini pak banyakan mana Pak laki-laki maskulin atau feminine?
PW	Laki-laki feminine ada tapi yang seperti aku jantannya banyak juga Pak Muksim, Pak Surbakti gitu tapi ada juga yang kemanyu-kemanyu. Bisa dibandingkannya kalau dilihat dari kesuksesannya di karir Oriflame ya banyakan yang maskulin. Karena kelebihan laki-laki yang maskulin ini kan ngomongnya tegas kalau yang femininn ini agak ada kemanyu dan yang aya lihat dia pun gak percaya diri pembawaannya jadi agak sulit meyakinkan orang gitu. Karena dia seperti dobel kepribadian. Kalau yang maskulin kan serius dia mau membentuk karakter seseorang berhasil. Ada waktu ketawa ad waktu serius, sama laki-laki bisa sama perempuan juga bisa membimbing.
P	Bagaimana bapak membangun identitas laki-laki feminis dan mempertahankan identitas maskulin bapak?
PW	Kalau aku kan aku tetap laki-laki bukan berubah jadi perempuan. Saya membuktikan dengan style saya yang selalu akrab dengan kaum laki-laki yang matcho-matcho gitu. Apa cerita bisnis gitu, kita hanya sebagai <i>leader</i> yang bisa membagi waktu dengan bisnis dan bisa membagi waktu dengan para teman-teman kita juga. Jadi bukan karna kita meninggalkan kemaskulinan kita. Jadi menurut aku tetap ya ga berubah sifat maskulin saya karna kita banyak aktif di bidang ini, organisasi lain seperti arisan <i>ama</i> gitu.
P	Apakah bapak sudah merasa berhasil mengubah stereotip gender di komunitas ini yang dulunya ada?
PW	Iya berhasil mengubah pola pikir mereka. Saya buktikan mengubah pikiran yang negative tadi misalnya dulu Pak Muksin adalah salah satu contoh orang yang punya stereotip atau pandangan kayak tadi, alergi dia itu, agak malu dia

	memegang produk-produk cewek kan. Tapi itulah karna saya Tarik tadi dia bergabung, saya ajari, saya ajak sukses bersama akhirnya sekarang dia udah paling semangat. Pelan-pelan dia menyadari bahwa ‘saya adalah pengusaha rupanya’, gitu. Itu jugalah yang jadi alasan Jonas dan Robert membangun bisnisnya dengan produk kosmetik, karna mereka menganggap kosmeik ini adalah bangsa pasar yang sangat besar, Karena semua orang pakai, semua pengen cantik orang. Orang muda baik tua pengen cantik tampil beda. Padahal laki-laki loh mereka berdua. Mereka mula-mulakan <i>door to door</i> memasarkannya dulu, mereka praktekkan memakai produk lipstick mereka ini, apakah mereka jadi perempuan? Kan engga. Makanya saya bilang produk itu sebagai alat bukan kita jadi berubah wujud. Saya ga berubah jadi feminine, saya hanya cari keuntungan atau cari hal yang membangun untuk orang lain.
P	Jadi apa prinsip bapak setelah sekian lama bergabung di Oriflame?
PW	Saya punya prinsip ‘kau buat dulu orang lain berhasil maka kau akan berhasil’. Itu tidak ada di dalam kamus manapun di dalam pekerjaan. Kamu itu mau berhasil harus menciptakan orang berhasil di bawahmu . Jadi ini pekerjaannya sangat mulia. Jadi sistem itu yang membuat manusia itu perhatian sama orang lain juga. Sistem itu sendiri.
P	Berarti nilai utama yang dipegang oleh Oriflame ini apa pak?
PW	Kebersamaan, <i>togetherness</i> . Kalau kita sudah bersama maka kita akan menjadi kuat dan sama-sama berhasil.

4. Wawancara dengan Pemimpin Komunitas *Fast Community Oriflame*

Nama Informan : Kak Duma Pakpahan dan Dedi Siboro
 Title di Oriflame : *Senior Gold Director*
 Usia : 34 tahun dan 36 tahun
 Pekerjaan : *Beauty Entrepreneur* Komunitas *Fast Community Oriflame*
 Tanggal Wawancara : Rabu, 25 Januari 2025
 Topik Wawancara : Peran Laki-laki Feminis dalam Mendukung Kesetaraan Gender

P : Penulis, KD : Kak Duma, PD: Pak Dedi

P	Kakak dan abang mulai bergabung di Oriflame sejak tahun berapa ?
KD	Kakak tahun 2011, kalau abang tau oriflamme ini dari kakakmu inilah. Kami 15 tahunlah sekarang mulai dari pacaran sampai sekarang
P	Jadi abang dan kakak ini <i>title</i> tertingginya udah sampai di mana kak?
PD	Kami sama nya berdua udah sampai di level <i>Senior Gold Director</i> .
P	Orang abang kan salah satu anggota di tim <i>Fast Community</i> , udah berapa lama di <i>Fast Community</i> kak?

PD	<i>Fast Community</i> itu kan baru itu, contohnya kan udah ada beberapa member kemarin karna dia udah <i>diamond</i> dibuka dia komubitas dia. Bar dibukanya lagi yang lain, jadi karna udah pada habis mentor sama membeinya, balik lagi ke kami, kami, kak eki, pak karya, tetap sama sama kami gam au kami pisah. Kayak Qoriah, Windy jadi ke kami juga nya dia.
P	Bagaimana cara bang menawarkan produk-produk Oriflame yang notabenenya dominan produk perempuan atau perawatan yang identic dengan perempuan?
PD	Ya, langsunglah, paling sih dari posting-posting. Lalu kalau ada promo yang apa-apa langsung di japri gitu. Upload di facebook, posting di facebook gitu. Kebanyakan gitu sih
P	Lalu bagaimana cara abang merekrut nih bang kalau untuk bpnus besar di Oriflame, bangun jaringan kan harus bangun jaringan yang besar ya, na gimana bang cara abang merekrut apalagi abang sebgaai laki-laki nih?
PD	Cara merekrut itu banyak triknya, pertama kita kuasai dulu promonya. Tapi banyak aja nanti yang kendala. Ya cuman kan kita memastikan si member baru ini agar tertarik dengan bisnis ini, itu ada kita pelajari langsung sistemnya. Sistem success plan dari level 3%. 6% gitu seterusnya sampai 22% barulah bisa dapat <i>title</i> .
P	Lalu bagaimana tanggapan orang yang merendahkan atau menganggap itu pekerjaan hanya cocok untuk perempuan?
PD	Banyak karena pada prinsipnya dia semua kerja cuman tergantung kita masuk ke komunitas yang mana, misalnya gini kalau kita gabung sama orang-orang kaya yang kerja di mall atau lagi kuliah ya pola pikir kita seperti mereka dong. Kalau kita kan di Oriflame ini kan kita diajarkan untuk menceritakan masa depan. Kalau kamilah misalnya ketemu <i>leader-leader</i> di komunitas kita itu, mindset kita dirubah. Mental juga dilatih karna pasti banayak tantangan, banyak penolakan. Trus tanggapan abang tadi, abang biasa aja. Mungkin belum pernah ya abang jumpai orang yang ngomong seperti itu. Kadang kalau abang datang ke organisasi, jadinya mereka yang nyari-nyari saya. Bawalah lipstiknya, bedaknya katanya gitu. Karena mereka udah lihat kan seringna aku posting di media sosial.
P	Bagaimana tanggapan abang soal laki-laki yang bekerja di bidang kecantikan? Apakah abang setuju terhadap stereotip gender dari masyarakat?
PD	Menurutku dulunya orang seperti itu, jaman orang tua kita. Kalau jaman sekarang pasti udah beda, dalam artian dimana kamu bisa sukses, pekerjaan apa yang bisa kamu kerjakan selagi itu bisa ya kerjakan. Ga ada lagi istilah

	membatas-batasi pekerjaan untuk perempuan ataupun laki-laki. Jadi aku ga setuju kalau ada orang yang masi kayak gitu. Kalau di kampung masih ada tapi sebagiannya itu. Kalau kita pulang ke kampung kia salami beda juganya.
P	Apa hal menarik yang kakak alami selama gabung di komunitas <i>Fast Community</i> ?
KD	Kalau di <i>Fast Community</i> ilmunya sampai, istilahnya member lama member bau terus. Itu aja sih. Kalau dari Oriflamenya banyak. Satu kekurangan <i>Fast Community</i> dalam rasa sosial untuk empati belum ada di orang-orang yang ada di dalam.
P	Jadi udah 15 tahun lama kali abang berjuang sama-smaa di Oriflame ini, gimana peran abang mendukung kakak ini di Oriflame?
PD	Dulu abnag waktu diceritakan kakak mu ini oriflamme ini jual jual bedak, gak setuju aku awalnya, dia lulusan D3 keperawatan, tapi makin lama dia gak nyrah ajak aku untuk join, lama kelamaan kupelajarih sedikit demi sedikit. Hingga akhirnya inilah sama-sama di posisi ini. Meskipun dia yang duluan naik gitu kan leelnya, abang gak minder, gak iri, karna abang laki-laki jadi harus di atas terus gitu? Engga. Abang dukung kakak mu ini, kalau misalnya contoh paling dekat, adekmu ini lagi sakit, ternyata ada pertemuan antar teman-temannya perempuan di luar untuk bahas bisnis. Gapapa saya jaga, saya yang urus dulu gitu. Jadi emmang saya mendukung untuk keberhasilan dia, karna keberhasilan perempuan atau pasangan kita itu adalah kebanggaan dan keberhasilan suami juga.
P	Kalau ngomongin bisnisnya, pernah gak abang sendiri atau brand partner laki-laki yang lain diajak ketemu <i>sharing</i> , diajari bisnis sama bapak itu?
PD	Banyak, kalau dia kebanyakan ilmu. Banyak teori. Buat kami dulu, masih di suatu tempat kami semua leadernya, trus kami kumpulka dulu level-level yang dari 3%, 6% dan yang lainnya di pancur Batu buat <i>games</i> lagi, buat acara ini lagi, macamlah. Kalau untuk menaikkan level oke.
P	Bagaimana peran abang mendukung kolega perempuan atau peran kakak di <i>Fast Community</i> ?
PD	Kalau abang ke kakak mu, aku bebaskan aja kalau menurutmu bagus. Dia bebas , ga pernah ku larang. Selagi dia bercerita tentang bisnis akan kudengarkan baik-baik. Kalau agak gak pas strateginya dan rencananya agak berisiko saya bantu diskusikan kasih masukan, gitu. Karna risiko terbesar dalam Oriflame bagi kakak kamu skarang ini adalah takut dia stress apalagi dengan dua anak yang masih kecil-kecil tambah bisnisnya tambah kalau ada penolakan atau ga sesuai. Jadi, abang selalu lakukan apa yang buat kakak mu ini senang. Trus dalam masalah waktu juga ku dukung, misalnya kalau kakak mu ini minta jemput jam sekian jadi abang <i>on time</i> .

P	Apakah gabung Oriflame membuat abang berubah sifat maskulin menjadi sifat feminine?
PD	Engga sih, itu ga mengubah apapun. Malah orang pun ga ada yang menganggap abang ya jadi laki-laki yang <i>feminine</i> .
P	Apa peran penting laki-laki di <i>Fast Community</i> ?
PD	Sangat penting, perempuan adalah tipe yang gampang bosan. Pada perasaan dan pola pikir perempuan dan laki-laki. Jadi perempuan itu sebenarnya butuh di bimbing. Karna untuk bisa menaikkan karir atau menambah jaringan perlu <i>leadership</i> yang kuat, perempuan bisa jadi <i>leader</i> tapi itu butuh ketegasan yang mana itu ada pada laki-laki maskulin. Jadi harus di- <i>transfer</i> .
P	Boleh ceritakan pengalaman perbandingan abang sebelum dan sesudah join Oriflame bang?
PD	Pastinya setelah bergabung di Oriflame, pola pikir kita diubah jadi lebih dewasa dan positif. Sebenarnya sifat kita yang ego, pemalas, itu hilang. Karna di sini kita diajarkan untuk menceritakan masa depan. Bagaimana dia harus dapat level ini, title ini, gitu. Karna semua orang-orang di Oriflame kayak positive vibes kenapa? Karna ga ada persaingan toxic, semua sama-sama mendorong, karna kunci sukses di Oriflame timnya itu harus sama-sama naik semua. Intinya tergantung kita, kita diajarkan mau capai impian yang seperti apa yang kita mau? Mau 10 jut oke. Gitu. Kalau mau bonus 10 juta tentunya harus mau berusaha. Seperti itu.

Lampiran 5. Tabel Reduksi Data

Masalah yang diteliti	Informan					Analisis
	Bapak Karya	Bapak Walden	Bapak Dedi	Kak Duma	Pak Raja	
Latar belakang terbentuknya komunitas <i>Fast Community</i>	Fast Community awalnya bernama Pride Community, lalu berubah karena kesulitan menyatukan pendapat beberapa leader. Tahun dibentuknya itu tahun 2005. Jadi awalnya itu kita dapat dari dukungan manajemen itu akan pembelajaran yang paling penting kan di sini. Kalau di Oriflame secara	Komunitas ini dibentuk untuk memberikan dukungan kepada <i>brand partner</i> , baik laki-laki maupun perempuan agar mereka bisa berkembang, besar jaringannya, meningkat level karirnya di bisnis ini. Karna aku lihat pertemuan komunitas itu penting dan berguna, aku terus ngotot akhirnya perlahan mulai	Tentu, kami melihat pertumbuhan jumlah leader di sini yang cukup signifikan, ya. Pada tahun awal pembentukan <i>Fast Community</i> cuman ada sekitar ya sepuluh Senior Manajer, lima belas Manajer, dan beberapa level diatasnya, banyak perempuan itu leadernya itu.	Kami tetap di Pride dan akhirnya beberapa leader karna mulai goyang kekuatannya harusnya ada di kebersamaan, jadi karna udah mulai pecah akhirnya melempem, beberapa <i>leader</i> minta bergabung lagi berganti lagi namanya jadi <i>PRIDE COMMUNITY</i> , tapi	kami lihat ada banyak perempuan yang udah lama bergabung di oriflame, bertahun-tahun tapi susah dapat bonus bulanan, setelah kami tanya-tanya, ternyata susah merekrut anggota, susah katanya membangun tim, ga tau caranya, apalagi	Komunitas Fast Community lahir dari kebutuhan kolektif para pelaku bisnis Oriflame yang ingin memiliki ruang untuk berbagi strategi, membangun jaringan, dan memperkuat kepemimpinan. Sejarah komunitas ini menunjukkan bagaimana identitas kolektif dibentuk melalui dinamika sosial di antara para leader. Awalnya, komunitas ini mengalami tantangan dalam menyatukan visi dan strategi para anggotanya, yang mencerminkan

keseluruhan terbatas yang mereka lakukan, jadi ada kepikiran untuk buat komunitas. Awalnya bukan komunitas ku sendiri tapi rame-rame sekota Medan, beberapa leader kami disitu, tapi sulit menyatukan pendapat, karna apa? Karna keberbedaan pandangan dan kemampuan hingga akhirnya gak jaan.	banyak anggota ya. Dulu masih kecil ini, tapi karena semakin banyak yang butuh dorongan, banyak yang butuh bimbingan akhirnya dibuat jugalah pertemuan-pertemuan komunitas	Tapi ingat, banyak <i>leader</i> perempuan itu hasil binaan dan dukungan dari laki-laki komunitas ini juga, gitu. Nah seiring berjalannya waktu, ternyata makin banyak yang masuk ya, sampai akhirnya kami berhasil menarik lebih banyak anggota dan meningkatkan jumlah <i>leader</i> di berbagai level.	hingga akhirnya ini juga kurang bergera k dan akhirnya beberapa <i>leader</i> yang tadinya pecah lagi minta bergabung dan itulah yang sekarang. Jadi, <i>Pride Community</i> ternyata ada nama di sebuah komunitas yang ternyata perkumpulan laki-laki yang kelainan seks. Karna udah jaman media sosial	banyak ini ibu rumah tangga yang juga mungkin jadi tulang punggung juga gitu kan, dan ga sedikit juga suami-suamin ya ada yang ga mendukung istrinya kerja Oriflame jual-jual bedak, karena ga ada hasil nyatanya katanya. Ga ada salahnya perempuan cari uang juga, makanya perempuan itu,	n beragamnya perspektif dalam komunitas bisnis berbasis gender campuran. Namun, justru dari perbedaan inilah komunitas berkembang menjadi wadah yang lebih terstruktur, mencerminkan proses negosiasi sosial yang terus-menerus dalam dunia bisnis berbasis jaringan. Transformasi komunitas dari <i>Pride Community</i> ke <i>Fast Community</i> juga menunjukkan bagaimana identitas komunitas dibentuk dan diubah sesuai dengan konteks sosial serta tantangan
--	--	---	--	---	---

				sudah mulai terlihat, jadi kita takut kalau kita udah <i>booming</i> suatu waktu malah dikira orang kita bagian dari itu gitu.	IRT-IRT itu kita dukung juga di sini. Apalagi jaman sekarang ini susah cari pekerjaan	yang dihadapi anggotanya.
Pandangan laki-laki feminis terhadap stereotip gender dan kesetaraan gender	Saya bisa lihat kalau laki-laki kita ini ya, punya pemikiran terkait masalah gender untuk pemilihan kerja atau berkarir di dunia kecantikan, karna di Oriflame lah khususnya ya, di sini kan kita	Saya percaya bahwa setiap orang, baik laki-laki maupun perempuan, memiliki potensi yang sama untuk berhasil di <i>beauty company</i> ini. Jadi gak cocok lagi lah ya kalau dibilang si perempuan	Kalau di Oriflame emang benar <i>beauty company</i> , tapi produk yang kita jual bukan hanya soal <i>beauty</i> juga tapi soal bisnis juga. Soal pendapatan, soal	Gak ada batasan pekerjaan laki-laki atau perempuan, yang penting bisa sukses	pandangan stereotip yang dimiliki oleh beberapa individu atau <i>mostly</i> beberapa individu yang mengatakan bahwa mengkotakkan sesuatu, seperti urusan dapur itu	Dalam konteks masyarakat patriarki, pekerjaan yang berhubungan dengan kecantikan sering dianggap sebagai domain perempuan. Para informan, yang merupakan laki-laki feminis dalam dunia bisnis Oriflame, secara aktif menentang anggapan ini.

bukan terkait dengan apa yang kita jual tapi apa yang bisa kita dapatkan. Lalu, kenapa mereka pribadi memilih bekerja di bisnis kecantikan khususnya Oriflame ini, karena di Oriflame menurut saya bukan apa yang akan mereka jual tapi apa yang bisa kita dapatkan dari usaha ini, kalau memang apa yang bisa kita dapatkan tentu semua orang butuh kan,	an kerja di sini, kalau laki-laki lebih cocok di sana. Gak lagi. Karna kalau kita membiarkan stereotip menghalangi kita, kita kehilangan banyak bakat dan kemampuan yang bisa berkontribusi. Saya lihat banyak laki-laki yang memiliki minat dan bakat dalam bidang kecantikan, tetapi mereka merasa tertekan untuk tidak terlibat.	penghasilan, yang dimana penghasilan, pendapatan, uang itu sama nilainya di mata laki-laki dan perempuan. Jadi, bisa dibiling masyarakat Indonesia yang masih seperti itu masih <i>pos-minded</i> ya untuk masih mengkotakkan sebuah profesi untuk subgender tertentu saja. Saya	lebih perempuan sementara untuk kerja di lapangan itu untuk laki-laki. <i>Mostly</i> kita tau jumlah koki, jumlah chef itu malah lebih banyak laki-laki dari pada perempuan. Sebenarnya stereotip itu hanyalah sebuah pandangan bukanlah sebuah fakta. Begitu juga di bidang beauty company ini	Mereka membangun pemahaman bahwa industri kecantikan bukan hanya tentang produk untuk perempuan, tetapi juga peluang bisnis yang bisa diakses oleh siapa saja, tanpa memandang gender. Dengan menempatkan diri mereka sebagai bagian dari sistem yang lebih luas, mereka mencoba mendekonstruksi norma-norma sosial yang membatasi peran laki-laki dalam bidang kecantikan. Pandangan mereka mencerminkan perubahan dalam konstruksi maskulinitas yang lebih fleksibel, di mana laki-
--	--	---	--	--

	kebutuhan itu kan tidak memandang gender, mau itu perempuan mau itu laki-laki mereka pasti punya kebutuhan, punya impian dalam hidup mereka	Makanya perlu menciptakan ruang di mana semua orang merasa nyaman untuk mengekspresikan diri mereka. Dengan menghilangkan batasan-batasan ini”	gagak setuju lah. Semua punya kesempatan yang sama		sendiri, walaupun ngomongin beauty, ngomongin kecantikan, kalau di Indonesia berarti itu seorang perempuan, tapi kalau dari perspektif saya sendiri itu berbeda	laki tidak lagi hanya diidentifikasi melalui pekerjaan "macho", tetapi juga melalui kemampuannya dalam beradaptasi di sektor yang selama ini didominasi perempuan. Ini menunjukkan bahwa laki-laki feminis dalam komunitas ini tidak hanya menolak stereotip gender, tetapi juga secara aktif membentuk ruang sosial di mana kesetaraan dapat diwujudkan.
Gerakan laki-laki feminis dalam melawan stereotip gender	Edukasi adalah kunci untuk mengubah pandangan tersebut. Dengan memberikan pemahaman	Di Oriflame kita bisa meningkatkan omset dengan kerja sama dengan para tim. Tentunya dalam	Bisnis ini tentang membangun jaringan dan strategi, bukan tentang siapa yang lebih	Saya selalu menekankan kepada anggota komunitas bahwa bisnis ini adalah tentang	Ngomongin strategi dan training dalam success plan tadi, bapak di samping	Gerakan laki-laki feminis dalam komunitas ini diwujudkan melalui praktik nyata dalam membangun bisnis dan mendukung kesetaraan gender. Para

man yang benar, kita bisa menghilangkan pendapat negatif yang ada. Saya percaya bahwa setiap orang, tanpa memandang gender, memiliki potensi untuk sukses di sini.	memban gun <i>leadership</i> ada yang kita lakukan secara rutin, jadi yang udah membud aya di kita ini adalah apa yang kita sebut sebagai komunitas dalam memban gun jaringan itulah training-training itu rutin kita lakukan secara <i>continue</i> . Setiap bulan bahkan setiap minggu kita ada training, mulai dari training mengenai produk, training mengenai <i>success</i>	feminin atau maskulin. Yang penting adalah bagaimana kita bisa bekerja dengan baik dan membantu orang lain sukses. Kami pasti berusa ha menciptakan lingkungan yang nyaman lah ya. Kami ingin semua orang merasa diterima dan diduku ng. Ketika kita bekerja sama, kita bisa mencapai lebih	memba ngun jaringan dan strategi, bukan tentang siapa yang lebih feminin atau maskulin. Yang penting adalah bagaimana kita bisa bekerja dengan baik dan membantu orang lain sukses	sebagai <i>leader</i> juga berperan sebagai kepala rumah tangga yang sudah memiliki pasangan. Apakah bapak membantu diri sebagai <i>leader</i> untuk membangun brand partner ataupun tim bapak yang perempuan atau bapak lebih senang membantu yang laki-laki?"	informan tidak hanya berbicara tentang kesetaraan, tetapi juga menerapkann ya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam dunia bisnis berbasis jaringan seperti Oriflame, keberhasilan seseorang sering kali ditentukan oleh seberapa kuat jaringan sosial yang mereka bangun. Laki-laki feminis di komunitas ini menolak dominasi laki-laki dengan cara yang berbeda—bukan dengan menguasai ruang perempuan, tetapi dengan mendukung perempuan untuk mencapai posisi kepemimpinan yang
--	---	---	--	---	---

		plan, dan training tentang menambah pengetahuan merekrut, dan training tentang penggunaan produk itu sendiri. Jadi kalau dikaitkan dengan gender, namanya kita ada pelatihan, ya yang mau baik laki-laki maupun perempuan pasti bisa sih kalau menurut aku	banyak. Ini adalah prinsip dasar yang kami pegang teguh. Dengan cara ini, kami dapat mengubah pandangan masyarakat tentang peran gender dalam bisnis.		sejajar. Mereka mengajarkan strategi bisnis kepada perempuan, membangun sistem yang inklusif, dan bahkan mendukung pasangan mereka dalam karier mereka. Ini menunjukkan bahwa gerakan laki-laki feminis tidak harus selalu berbentuk aktivisme yang eksplisit, tetapi bisa juga berbentuk dukungan sosial yang sistematis. Dengan demikian, komunitas ini menjadi contoh bagaimana laki-laki dapat berperan dalam membongkar batasan sosial yang menghambat
--	--	---	--	--	--

						kesetaraan gender
--	--	--	--	--	--	----------------------



THE
Character Building
UNIVERSITY