BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Stereotip gender menjadi isu yang mendalam dan kompleks dalam masyarakat modern. Istilah stereotip merujuk pada pandangan atau anggapan yang mengategorikan individu berdasarkan jenis kelamin yang cenderung mengakibatkan pembatasan dalam perilaku pilihan dan peran sosial. Stereotip gender kerap kali sangat kuat dan terinternalisasi dalam budaya dan tradisi dalam konteks masyarakat Indonesia (Sari, 2020). Stereotip gender juga acap kali didominasi oleh perempuan dibanding laki-laki. Sejalan dengan itu perempuan dan laki-laki juga cenderung dibedakan berdasarkan konstruksi di dalam masyarakat yang mengategorikan bahwasanya perempuan itu lemah, penyabar dan lembut disebut sebagai feminim. Sedangkan laki-laki dikonstruksikan memiliki sifat yang tangguh dan kuat yang disebut maskulin.

Stereotip gender cenderung menguat dalam konteks perempuan feminim dan laki-laki maskulin termasuk dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, pekerjaan, hingga interaksi sosial. Misalnya dalam konteks pendidikan, anak laki-laki cenderung didorong untuk mengambil jurusan yang dianggap “maskulin” seperti teknik dan sains, sedangkan perempuan lebih cenderung dikonstruksikan mengambil ke jurusan yang dianggap “feminim” seperti seni atau keguruan. Hal tersebut menciptakan ketimpangan gender dalam berbagai bidang dan menghambat perempuan untuk mengejar karir di bidang yang didominasi laki-laki (Putri,2019).

Konstruksi gender juga dapat dilihat di lingkungan pekerjaan, seperti perusahaan yang masih menerapkan kebijakan yang menguntungkan atau bahkan merugikan laki-laki. Misalnya, jam kerja yang *fleksibel* untuk laki-laki tetapi tidak untuk perempuan, dan peluang kerja pada laki-laki di suatu perusahaan kecantikan lebih sedikit dibanding perempuan (Chung, 2022). Hal ini diduga dapat menciptakan ketidakadilan yang memengaruhi perkembangan karir laki-laki maupun perempuan. Sehingga, ketika laki-laki menunjukkan sikap yang dianggap feminis, seperti empati dan kelembutan, mendukung kemajuan perempuan, bahkan bekerja di lingkungan yang dianggap hanya diisi oleh kaum perempuan saja mereka cenderung disebut bukan laki-laki maskulin. Stigma tersebut mengakibatkan laki-laki merasa terpaksa untuk menyembunyikan identitas dan pekerjaan tersebut demi mempertahankan citra maskulin mereka (Halim, 2022). Namun, stigma tersebut seyogyanya bukan menjadi hal yang menguak atau menjadi fokus utama ketika membicarakan laki-laki feminis atau laki-laki yang mendukung feminisme. Penelitian ini berfokus pada laki-laki maskulin yang mendukung feminisme yang dikriteriakan atau dicirikan dengan berpenampilan rapi, tegas, namun berkesadaran terhadap stereotip gender, menyuarakan kesetaraan gender, peran yang terbuka dan beragam, menentang kekerasan dan diskriminasi, teladan dalam perubahan sosial. Hal inilah yang disebut dengan laki-laki feminis.

Namun, perjuangan laki-laki feminis tidaklah mudah. Mereka diasumsikan menghadapi tantangan dari masyarakat yang masih terikat pada norma-norma tradisional. Stigma sosial yang melekat pada laki-laki feminis berdampak menjadi sasaran ejekan atau penilaian negatif. Selain itu, laki-laki feminis juga harus

berjuang melawan internalisasi, stereotip gender dalam diri mereka sendiri, dimana mereka merasa bingung atau tidak percaya diri dalam mengekspresikan diri mereka (Rizki, 2023). Seperti halnya, terdapat 62% (enam puluh dua persen) laki-laki feminis melakukan perjuangan dalam gerakan- gerakan untuk melawan stereotip gender (Kemen PPPA, 2020). Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA) dan lembaga riset lainnya seperti Lembaga Survei Indonesia (LSI), terdapat kecenderungan bahwa kesadaran tentang kesetaraan gender semakin meningkat di kalangan laki-laki Indonesia. Menurut survei Kemen PPPA pada tahun 2020, persentase tersebut menunjukkan laki-laki di Indonesia setuju bahwa perempuan memiliki hak yang sama dengan laki-laki dalam banyak aspek kehidupan, seperti pendidikan dan pekerjaan.

Perlawanan terhadap stereotip gender muncul melalui kelompok atau komunitas yang mendukung perubahan, baik yang terdiri dari laki-laki maupun perempuan. Seperti gerakan perlawanan yang dilakukan oleh laki-laki feminis dalam bidang pekerjaan yang ditemukan pada komunitas *Fast Community* Oriflame. Perusahaan Oriflame merupakan salah satu pelaku bisnis multinasional yang bergerak di bidang kosmetik, perawatan kulit, kecantikan, dan produk kesehatan. Salah satu komunitas Oriflame yang saat ini berkembang di Kota Medan adalah *Fast Community*. Komunitas *Fast Community* adalah suatu komunitas dalam naungan perusahaan Oriflame di kota Medan yang bergerak di bidang industri kosmetik dan kecantikan (Oriflame.id). Berdasarkan observasi awal, jumlah pekerja laki-laki yang aktif menggeluti bisnis kecantikan ini per tahun 2024 sebanyak 4.500 orang dengan posisi *leader* sebanyak 174 diraih laki-laki. Laki-

laki feminis di dalam komunitas tersebut cenderung aktif memperjuangkan peran laki-laki dalam dunia kecantikan, mendukung perempuan dalam sektor tersebut, dan mengedepankan pentingnya kesetaraan gender. Kelompok ini secara perlahan berusaha mengubah perspektif atau pandangan masyarakat yang masih menganggap laki-laki feminis sebagai penyimpangan dari norma maskulin.

Perlawanan kelompok laki-laki feminis di *Fast Community* Oriflame cenderung mendukung hal-hal yang bertujuan menghilangkan diskriminasi gender dan menekankan kemampuan dan profesionalisme sebagai faktor utama, bukan jenis kelamin. Berdasarkan fenomena ini, laki-laki feminis di komunitas tersebut seyogyanya berjuang keras melawan perasaan rendah diri dan tekanan dari dalam diri mereka yang timbul akibat norma-norma tradisional yang sudah tertanam sejak lama. Tekanan untuk menampilkan citra maskulin yang kuat cenderung membuat mereka merasa perlu untuk ‘menyembunyikan’ sisi feminis mereka di lingkungan profesional. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi sementara terdapat sekitar 25% atau 1.125 anggota laki-laki dan 3.375 anggota perempuan dari jumlah anggota komunitas sebanyak 4.500 (empat ribu lima ratus) anggota yang aktif berpartisipasi dalam kegiatan perusahaan di komunitas *Fast Community*. Tidak sedikit dari anggota tersebut secara terbuka mendukung kolega perempuan di lingkungan kerja. Data tersebut cenderung menunjukkan bahwa keterlibatan laki-laki di sektor ini mulai meningkat meskipun mereka masih menghadapi tantangan dari masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal dengan salah satu tokoh yang berperan aktif dalam *Fast Community* sekaligus *leader (Senior Gold Director)* yaitu Bapak Karya Pinem mengatakan bahwa ia sangat tidak setuju

dengan stereotip gender yang menyatakan bahwa kosmetik dan perusahaan kecantikan adalah hanya “dunianya perempuan”.

Pernyataan tersebut cenderung merupakan bentuk perlawanan di lingkungan pekerjaan dalam sektor kosmetik dan kecantikan yang masih sering dianggap sebagai ranah eksklusif bagi perempuan. Selanjutnya berdasarkan kasus yang disampaikan dari hasil observasi tersebut, Bapak Karya Pinem menentang anggapan tersebut dan mempromosikan bahwa laki-laki juga bisa sukses di bidang yang secara tradisional dianggap sebagai ‘feminin’, serta tetap mempertahankan identitas mereka sebagai laki-laki. Komunitas inilah yang dianggap menjadi contoh nyata kelompok laki-laki feminis berperan dalam menciptakan kesetaraan gender. Dukungan mereka terhadap kolega perempuan serta keberanian untuk menunjukkan sifat-sifat empati dan kepedulian dianggap sebagai langkah maju dalam menentang stereotip gender di Indonesia. Laki-laki feminis di *Fast Community* cenderung melawan stereotip gender, misalnya mereka yang memperebutkan jabatan sebagai *leader*. Hal ini menurut pandangan mereka, meskipun bekerja di perusahaan yang didominasi perempuan, seiring itu mereka memiliki rasa keinginan untuk membantah.

Penelitian yang relevan pernah dilakukan oleh Misbach (2018) mengkaji tentang pandangan laki-laki feminis di Surabaya terhadap isu kesetaraan gender dan menemukan bahwa laki-laki yang mempunyai pengetahuan feminisme memandang bahwa isu kesetaraan gender bukan hanya masalah yang hanya melibatkan perempuan tetapi merupakan isu global yang pada prakteknya diperlukan adanya dukungan oleh laki-laki karena kesetaraan mencakup hubungan antara kedua jenis kelamin yang berbeda. Wibisono (2021) dalam

penelitiannya yang mengkaji konstruksi sosial tentang maskulinitas dan menemukan bahwa tekanan untuk mempertahankan citra maskulin menghambat laki-laki dalam mengekspresikan minat atau berkarier di bidang yang dianggap feminine. Penelitian terdahulu tersebut mengkaji pandangan laki-laki terhadap isu kesetaraan gender pada umumnya dan tekanan laki-laki feminis yang bekerja di sektor yang didominasi perempuan dalam mempertahankan maskulinitas, sedangkan penelitian yang menyoroti peran laki-laki feminis dalam melawan stereotip gender di industri yang didominasi perempuan khususnya dalam bidang kecantikan masih sangat terbatas. Perlu diperjelas fokus mengenai ‘Gerakan Perlawanan’ yang dilakukan oleh laki-laki dalam Komunitas Fast Community Oriflame di Kota Medan. Gerakan ini lebih ditekankan sebagai bentuk perjuangan kultural untuk menanggulangi dan melawan stereotip gender yang berkembang di masyarakat. Fokus penelitian mengarah pada bagaimana komunitas ini membentuk dan menyebarkan nilai-nilai yang berorientasi pada kesetaraan gender melalui pendekatan kultural, serta bagaimana mereka mengupayakan perubahan persepsi sosial terkait peran gender. Penelitian ini juga mengeksplorasi strategi-strategi kultural yang mereka terapkan untuk membangun kesadaran dan mengubah norma-norma sosial yang membatasi potensi individu berdasarkan jenis kelamin.

Penelitian ini memiliki *novelty* dengan fokus pada komunitas laki-laki feminis dalam industri kecantikan yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga penelitian ini berupaya memperlihatkan laki-laki feminis di *Fast Community* Oriflame secara kolektif berjuang melawan stereotip gender tanpa kehilangan identitas maskulin. Kebaruan ini tidak hanya menyoroti pengalaman individu, tetapi solidaritas dalam komunitas komunitas laki-laki

feminis dapat berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat yang lebih inklusif terhadap gender. Hal spesial dari komunitas ini adalah bagaimana para laki-laki, yang terlibat dalam dunia kecantikan yang umumnya dikaitkan dengan perempuan, bersama-sama berjuang untuk membongkar konstruksi sosial tentang maskulinitas. Perjuangan kolektif ini menunjukkan bagaimana laki-laki dalam komunitas ini memperjuangkan kesetaraan gender dan menantang norma maskulinitas tradisional di masyarakat.

Penelitian ini menjadi urgen untuk dilakukan karena menyoroti perubahan persepsi di sektor kecantikan, sekaligus memperlihatkan bahwa laki-laki feminis di lingkup komunitas kecantikan mulai berani mengekspresikan pandangan mereka. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk mengubah perspektif lama yang selalu mengkonstruksikan pekerjaan yang diperuntukkan bagi perempuan menjadi perspektif baru. Sehingga, penelitian ini dapat mengubah cara pandang atau perspektif masyarakat terkait sebuah pekerjaan yang selama ini diperuntukkan hanya untuk konstruksi masyarakat itu sendiri. Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai perlawanan laki-laki feminis terhadap stereotip gender yang terkontruksi di masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana latar belakang terbentuknya Fast Community Oriflame di Kota Medan ?

2. Bagaimana pandangan laki-laki feminis terhadap stereotip gender dalam mendukung kesetaraan gender pada *Fast Community* Oriflame di Kota Medan?
3. Bagaimana gerakan perlawanan stereotip gender yang dilakukan laki-laki feminis dalam mendukung kesetaraan gender pada komunitas *Fast Community* Oriflame di Kota Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan penulis untuk melakukan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan latar belakang terbentuknya *Fast Community* Oriflame di Kota Medan
2. Mengidentifikasi pandangan laki-laki feminis terhadap stereotip gender dalam mendukung kesetaraan gender pada *Fast Community* Oriflame di Kota Medan?
3. Menganalisis gerakan perlawanan stereotip gender yang dilakukan laki-laki feminis dalam mendukung kesetaraan gender pada komunitas *Fast Community* Oriflame di Kota Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka adapun manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai studi gender, khususnya antropologi gender terutama dalam memahami peran laki-laki dalam perjuangan kesetaraan gender di industri yang secara tradisional dianggap “feminin”. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan dalam memahami dinamika laki-laki feminis di sektor kecantikan di Indonesia.

2. Manfaat praktis

a) Bagi laki-laki dalam industri kecantikan

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi laki-laki yang ingin berkarir di industri kecantikan, khususnya terkait cara menghadapi stereotip gender dan stigma yang ada.

b) Bagi perusahaan di industri kecantikan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi perusahaan kecantikan seperti Oriflame dalam menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, serta mendukung kebijakan yang lebih adil dan tidak bias gender.

c) Bagi masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kesetaraan gender, serta mengurangi stereotip yang membatasi peran laki-laki dan perempuan di bidang tertentu.