

MAKNA DIRI LAKI-LAKI PENGGUNA *SKINCARE* DI UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG

Tyara Azahra,¹Eka Yusup,²Fardiah Oktariani Lubis³

Universitas Singaperbangsa Karawang
2110631190043@student.unsika.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan *skincare* sebagai media perawatan diri menjadi aktivitas yang dilakukan oleh setiap orang, termasuk di kalangan mahasiswa laki-laki Universitas Singaperbangsa Karawang. Fenomena ini mencerminkan adanya pergeseran nilai budaya, namun masih dihadapkan pada stigma dan stereotip gender di masyarakat. Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini bertujuan untuk memahami makna diri mahasiswa laki-laki Universitas Singaperbangsa Karawang dalam menggunakan *skincare*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teori konstruksi realitas sosial Peter Ludwig Berger dan Thomas Luckmann. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap lima informan penelitian yang dipilih. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *skincare* oleh mahasiswa laki-laki Universitas Singaperbangsa Karawang merupakan bentuk refleksi terhadap makna diri yang mereka bangun melalui pengalaman personal dan sosial. Makna diri yang dikonstruksi terbagi menjadi tiga tahapan dialektis utama yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. *Skincare* tidak hanya dipahami sebagai perawatan fisik, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi identitas diri laki-laki modern yang sadar akan penampilan, bertanggung jawab terhadap tubuhnya, dan mampu menegosiasikan stigma sosial yang ada. Meskipun menghadapi stereotip gender, para informan berhasil membentuk realitas baru yang lebih inklusif terhadap praktik perawatan diri bagi laki-laki. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran nilai dalam pemaknaan maskulinitas di kalangan mahasiswa di mana perawatan diri tidak lagi dianggap bertentangan dengan identitas laki-laki, melainkan menjadi bagian dari ekspresi diri yang sah dan reflektif dalam kehidupan sosial yang modern.

Kata kunci: Fenomenologi, Laki-Laki, Makna Diri, *Skincare*

PENDAHULUAN

Praktik merawat diri dan memperbaiki penampilan melalui penggunaan produk *skincare* kini menjadi bagian dari rutinitas yang dilakukan oleh berbagai kalangan gender, termasuk juga laki-laki. Fenomena ini tercermin dari kebiasaan Umam, seorang mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang yang telah konsisten menjalani rutinitas *skincare* sejak kelulusannya dari SMA pada tahun 2020. Ia mengungkapkan bahwa penggunaan *skincare* merupakan bagian penting dalam kesehariannya, baik itu ketika hendak menghadiri perkuliahan maupun saat melakukan aktivitas di luar. Rutinitas perawatan kulit yang dijalankan Umam pada pagi hari meliputi pembersih wajah, toner, serum, pelembap, tabir surya, *face mist*, dan pelembap bibir dan pada malam harinya, ia menggunakan masker wajah, retinol, dan serum eksfoliasi secara berkala sebagai bagian dari upaya menjaga kesehatan kulit.

Peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna *skincare* dari kalangan laki-laki merepresentasikan adanya pergeseran paradigma budaya terkait pemaknaan maskulinitas. Meskipun demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami (2024) memperlihatkan bahwa masih terdapat hambatan sosial dalam bentuk *toxic masculinity* terhadap laki-laki generasi Z di Bekasi yang memilih untuk menggunakan *skincare*. Informan dalam studi tersebut menyampaikan bahwa mereka kerap mengalami diskriminasi verbal dan penghakiman sosial terhadap identitas gender mereka. Faktor-faktor sosial seperti peran keluarga, pengaruh dari kelompok teman sebaya, ketersediaan dan akses terhadap informasi, serta paparan media sosial memiliki peran sentral dalam proses penerimaan atau penolakan terhadap praktik perawatan kulit yang dilakukan oleh laki-laki.

Sebagaimana diungkapkan oleh Riskiy dan Hapsari (2022), perubahan pola perilaku ini tidak terlepas dari proses sosial dalam penyebaran informasi yang kemudian membentuk konstruksi sosial

baru mengenai identitas laki-laki modern. Dalam konstruksi ini, *skincare* mulai dipandang sebagai bagian dari upaya peningkatan daya tarik fisik, tidak hanya terbatas pada perempuan, tetapi juga berlaku pada laki-laki. Kehadiran media massa turut memperkuat normalisasi praktik ini, salah satunya dengan menampilkan figur laki-laki yang memperhatikan kondisi kulit wajah mereka sebagai bentuk kepedulian terhadap penampilan, seperti yang dilaporkan oleh Kompas (Gandhawangi, 2024).

Adapun data yang mendukung keberadaan fenomena ini salah satunya adalah laporan ZAP Beauty Index 2024 yang menunjukkan bahwa 19,1% laki-laki merasa lebih percaya diri apabila memiliki kulit wajah yang bersih dan bebas dari noda. Selanjutnya, laporan dari MEN/O/LOGY Index 2024 mengungkapkan bahwa hampir separuh populasi laki-laki Indonesia pernah menjalani perawatan di klinik kecantikan, dengan mayoritas berasal dari kelompok usia Gen X. Fakta ini mengindikasikan bahwa perhatian terhadap penampilan fisik telah menjadi praktik yang merata di berbagai kelompok usia laki-laki, dan bukan hanya fenomena yang terjadi pada kalangan muda semata (ZAP Beauty Index & MEN/O/LOGY Index, 2024).

Berdasarkan temuan dari Hermansyah dan Nuraini (2024), penggunaan *skincare* dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup kesadaran individu terhadap pentingnya perawatan diri, sementara faktor eksternal mencakup eksposur terhadap iklan, media sosial, dan interaksi lingkungan sekitar. Meskipun *skincare* memberikan dampak positif seperti meningkatkan kebersihan dan kecerahan kulit, terdapat pula risiko efek samping seperti munculnya iritasi dan peradangan jerawat, yang menjadi tantangan bagi pengguna dan memerlukan kehati-hatian dalam pemilihannya.

Dalam studi ini, pendekatan fenomenologi digunakan sebagai dasar metodologis untuk menggali pengalaman subjektif dari individu yang terlibat. Riyanto (dalam Farid, 2018) menjelaskan bahwa fenomenologi merupakan pendekatan yang berfokus pada pengalaman keseharian manusia, termasuk aspek emosi seperti rasa cemas, bahagia, dan berbagai interaksi sosial yang menjadi dasar pembentukan makna atas suatu fenomena. Melalui pendekatan ini, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana mahasiswa laki-laki pengguna *skincare* di Universitas Singaperbangsa Karawang membentuk makna diri mereka serta bagaimana mereka mengalami dan merespons stereotip sosial yang berkaitan dengan praktik perawatan kulit.

Meskipun tren penggunaan *skincare* oleh laki-laki menunjukkan fenomena sosial di zaman sekarang, kajian ilmiah yang secara spesifik menelusuri pengalaman subjektif laki-laki dalam konteks ini masih tergolong terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih memfokuskan diri pada pengalaman perempuan, sehingga kurang merepresentasikan sudut pandang laki-laki. Maka dari itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi konstruksi makna dan pengalaman sosial mahasiswa laki-laki pengguna *skincare* dalam lingkungan kampus dimana, berdasarkan temuan awal dari observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat mahasiswa laki-laki di Universitas Singaperbangsa Karawang yang mengalami pelabelan negatif serta stigma sosial terkait kebiasaan mereka dalam menggunakan *skincare*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna diri yang terbentuk pada diri laki-laki pengguna *skincare* di lingkungan Universitas Singaperbangsa Karawang. Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan dalam bidang akademik maupun dalam konteks sosial yang lebih luas, terutama dalam hal memahami bagaimana laki-laki membentuk identitas diri, menyikapi norma-norma sosial yang ada, serta menafsirkan pengalaman mereka dalam praktik perawatan kulit sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Universitas Singaperbangsa Karawang, Jl. HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat, 41361. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Moleong (2007), penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang bertujuan memahami dan menafsirkan fenomena atau realitas sosial berdasarkan pengalaman subjek penelitian, mencakup tindakan, pandangan, serta makna yang mereka berikan. Proses ini dilakukan secara menyeluruh melalui deskripsi dalam bentuk narasi dan penerapan metode tertentu. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, yang menurut Alfred Schutz (dalam Kuswarno, 2009), bertujuan untuk memahami dunia kehidupan manusia secara alami. Realitas dipandang sebagai sesuatu yang intersubjektif, terbentuk melalui kesamaan pandangan yang dibangun dalam proses sosialisasi sehingga memungkinkan individu berinteraksi dan berkomunikasi dalam kehidupan sosial.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dari narasumber, peneliti menggunakan metode wawancara semi-terstruktur yang termasuk dalam kategori wawancara mendalam (*in-depth interview*) sehingga memungkinkan eksplorasi topik secara terbuka melalui pendapat dan pandangan informan. Selama proses wawancara, peneliti berperan aktif dalam mendengarkan dan mencatat temuan penting penelitian (Sugiyono, 2016). Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Teknik ini digunakan untuk memilih individu yang dianggap memiliki pengetahuan mendalam atau peran strategis terkait objek penelitian, sehingga dapat membantu peneliti memahami situasi sosial yang dikaji secara lebih komprehensif (Sugiyono, 2016).

Adapun kriteria informan dalam penelitian ini yaitu berusia sekitar 17-25 tahun, mahasiswa laki-laki Universitas Singaperbangsa Karawang, minimal pengguna tiga produk *basic skincare* yaitu *cleanser*, *sunscreen*, dan *moisturizer*, telah rutin menggunakan *skincare* minimal satu tahun, dan memiliki *budgeting* khusus untuk *skincare*. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang yaitu Fahrul, Sigit, Deni, Daniel, dan Ekas.

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung, yang didokumentasikan dalam bentuk rekaman audio. Data primer mencerminkan informasi langsung dari narasumber di lapangan (Moleong, 2007). Sementara itu, data sekunder digunakan sebagai pelengkap, yang diperoleh dari dokumen, artikel, publikasi, media daring, serta arsip dan dokumentasi terkait (Sugiyono, 2016). Dalam analisis data, peneliti memanfaatkan metode dari Miles and Huberman yaitu melalui penurunan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil proses Eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi Mahasiswa Laki-Laki Unsika:

Tabel 1. Hasil Tahapan Dialektis Konstruksi Realitas Sosial

Informan	Hasil Eksternalisasi	Hasil Objektivasi	Hasil Internalisasi
Fahrul	Mengungkapkan pengalaman masa lalu terkait penampilan dengan merawat diri menggunakan <i>skincare</i> sebagai bentuk aktualisasi diri	Lingkungan kampus dan keluarga mulai menerima laki-laki yang menggunakan <i>skincare</i> , bahkan memberikan dukungan	Merawat diri dengan <i>skincare</i> menjadi bentuk tanggung jawab dan cinta diri tanpa bertentangan dengan identitas laki-laki
Sigit	Mengungkapkan kekhawatiran tentang kondisi kulit dan keinginan untuk berubah melalui penggunaan <i>skincare</i> yang juga memengaruhi temannya	Penggunaan <i>skincare</i> dianggap hal yang wajar oleh teman-teman, bahkan menjadi sumber inspirasi bagi orang lain	<i>Skincare</i> merupakan bentuk ekspresi dan kebutuhan sah bagi laki-laki modern sebagai respons terhadap tuntutan sosial
Deni	Mengungkapkan ketidakpuasan terhadap	Teman dan lingkungan mulai mengakui perubahan	<i>Skincare</i> menjadi alat untuk mencapai kesetaraan sosial

	penampilan dengan mengambil langkah aktif menggunakan <i>skincare</i>	positif yang terjadi setelah memakai <i>skincare</i>	serta penghargaan terhadap diri sendiri dan lingkungan
Daniel	Menanggapi label sosial negatif dengan menggunakan <i>skincare</i> sebagai bentuk ekspresi diri	Mendapat dukungan dari lingkungan setelah mereka melihat hasil yang nyata, meski awalnya skeptis	<i>Skincare</i> adalah bentuk cinta dan penerimaan diri sebagai laki-laki tanpa kehilangan sisi maskulin
Ekas	Mengungkapkan pengalaman emosional negatif melalui tindakan eksploratif dalam menggunakan <i>skincare</i> untuk perawatan diri	Lingkungan sosial memberikan validasi yang memperkuat kebiasaan merawat diri bagi laki-laki	<i>Skincare</i> merupakan kebutuhan alami laki-laki yang membantu membentuk rasa percaya diri

1. Proses Eksternalisasi Mahasiswa Laki-Laki Universitas Singaperbangsa Karawang

Menurut teori konstruksi realitas sosial yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, identitas diri serta pemahaman individu terhadap dunia dibentuk melalui proses sosialisasi. Teori ini berlandaskan pada asumsi bahwa realitas sosial tercipta melalui interaksi antarindividu, di mana makna-makna sosial dibangun, dinegosiasikan, dan dipertahankan secara bersama. Proses konstruksi realitas tersebut berlangsung melalui tiga tahapan utama, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dalam tahapan awal, yakni eksternalisasi, individu mulai menjalin hubungan dengan lingkungan sosial melalui tindakan yang mencerminkan ekspresi diri. Tindakan ini dipengaruhi oleh kondisi sosial di sekitarnya dan menjadi dasar terbentuknya struktur makna dalam kehidupan sosial (Bungin, 2013).

Dalam kerangka teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann, proses eksternalisasi dalam penelitian ini terlihat dari bagaimana para informan menjadikan penggunaan *skincare* sebagai bagian dari rutinitas perawatan diri. Eksternalisasi tercermin melalui tindakan nyata yang menunjukkan aktualisasi pemahaman mereka terhadap realitas sosial, terutama dalam konteks interaksi dan keterlibatan mereka dalam aktivitas sosial sehari-hari. Misalnya, Fahrul menampilkan dirinya sebagai pengguna *skincare* yang memiliki perhatian terhadap penampilan. Tindakannya tidak hanya sebagai bentuk aktualisasi diri, tetapi juga sebagai upaya memberikan penjelasan dan edukasi kepada orang-orang di sekitarnya yang mempertanyakan praktik tersebut. Sigit mengungkapkan keresahannya terhadap permasalahan kulit dan menunjukkan komitmen untuk berubah melalui penggunaan *skincare*, bahkan turut memengaruhi teman-temannya untuk melakukan hal serupa. Deni mengungkapkan ketidakpuasan terhadap penampilannya dan memilih melakukan perawatan diri sebagai langkah konkret untuk melakukan transformasi fisik. Daniel merespons stigma negatif yang melekat pada laki-laki pengguna *skincare* dengan menjadikan aktivitas tersebut sebagai strategi untuk membentuk ulang citra dirinya secara lebih positif. Sementara itu, Ekas menunjukkan dimensi emosional dari perawatan diri melalui eksplorasi penggunaan *skincare* sebagai bentuk pemulihan dan penghargaan terhadap tubuhnya. Berikut apa yang diungkapkan Fahrul:

“Disini saya dapet stigma negatifnya itu dari lingkungan magang saya karena lingkungannya mungkin memang gitu. Dari segi perbandingan usianya juga jauh sama saya jadi masih tabu. Mungkin dari mereka cowok *skincare*-an itu negatif kali ya kayak kecewek-cewekan. Nah, disitu kayak, kamu cowok tapi kok *skincare*-an? Saya coba ngejelasin sama ngasih tau dengan baik dan bahasa yang sopan, oh iya pak, bu, saya *skincare*-an karena *skincare* itu buat cowok juga bisa pake, ga cewek aja, gitu” (Fahrul Umam, informan penelitian, 19 Januari 2025).

Penjelasan Fahrul menunjukkan adanya proses eksternalisasi ketika ia tetap menggunakan *skincare* di lingkungan magang meskipun menghadapi stigma negatif. Sebagai respons, ia berupaya memberikan penjelasan rasional kepada lingkungan sekitarnya, yang mencerminkan bentuk aktualisasi diri. Dalam proses ini, Fahrul mulai menyesuaikan diri dengan nilai, norma, dan

dinamika sosial yang berlaku, serta mengaktualisasikan pemahamannya terhadap realitas melalui partisipasi aktif dalam interaksi sosial dan penyampaian informasi secara terbuka kepada orang lain.

Berdasarkan pengalaman yang dialami oleh kelima informan, jika dianalisis melalui perspektif teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann, proses eksternalisasi yang mereka lakukan mencerminkan fase awal dalam pembentukan realitas sosial. Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh informan merupakan manifestasi dari kesadaran yang terbentuk melalui internalisasi nilai dan norma sosial yang berlaku di masyarakat. Dalam hal ini, praktik penggunaan *skincare* oleh mahasiswa laki-laki berfungsi sebagai bentuk ekspresi diri yang berangkat dari pemahaman personal mengenai pentingnya perawatan diri. Pemahaman tersebut kemudian diekspresikan melalui berbagai bentuk interaksi sosial, seperti memengaruhi orang lain, memberikan edukasi tentang manfaat *skincare*, serta merespons pandangan negatif yang muncul dari lingkungan.

2. Proses Objektivasi Mahasiswa Laki-Laki Universitas Singaperbangsa Karawang

Salah satu prinsip fundamental dalam teori konstruksi realitas sosial yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann adalah bahwa tindakan individu harus memiliki dimensi objektivitas. Dalam konteks ini, setiap proses pembentukan makna melibatkan penggunaan simbol dan bahasa, yang memungkinkan individu melampaui pengalaman realitas langsung atau konkret (transendensi). Bahasa berfungsi sebagai sarana kesadaran yang memungkinkan individu mempertahankan dan meneguhkan realitas sosial yang telah terbentuk (Berger & Luckmann, 1966). Sebagaimana dijelaskan oleh Berger dan Luckmann (dalam Fattahurrosyid, 2016), objektivasi merupakan mekanisme untuk mentransformasikan makna-makna subjektif menjadi bentuk yang dapat dikenali secara kolektif, sehingga individu dapat mengingat, mengomunikasikan, dan membentuk kembali realitas sosial melalui simbol-simbol yang disepakati bersama. Dengan demikian, pengetahuan dalam masyarakat tidak bersifat alami, melainkan dibentuk secara sosial melalui proses simbolisasi, penggunaan bahasa, serta praktik budaya yang terus direproduksi.

Selaras dengan pemikiran Berger dan Luckmann, hasil interpretasi dari wawancara dengan para informan menunjukkan adanya keberagaman pandangan yang mencerminkan proses objektivasi. Fahrul, misalnya, mengungkapkan bahwa baik lingkungan kampus maupun keluarganya mulai menerima praktik penggunaan *skincare* oleh laki-laki sebagai bentuk perawatan diri, bahkan memberikan dukungan positif. Sigit menyampaikan bahwa teman-temannya menganggap penggunaan *skincare* sebagai hal yang wajar dan ia bahkan menjadi inspirasi bagi mereka untuk ikut mencoba. Deni merasakan bahwa lingkungan sosialnya mulai mengapresiasi perubahan positif yang ia alami setelah rutin menggunakan *skincare*. Daniel, meskipun awalnya diragukan, akhirnya mendapat dukungan dari lingkungan setelah terlihat hasil konkret dari perawatan yang dijalani. Sementara itu, Ekas menilai bahwa dukungan dari teman-teman serta pengaruh media sosial turut memperkuat kebiasaan tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa praktik *skincare* oleh laki-laki mulai diterima secara sosial sebagai hal yang umum, terutama dalam konteks masyarakat modern saat ini. Meskipun sebelumnya para informan sempat menghadapi pandangan negatif, kini semakin banyak masyarakat yang melihat perawatan diri bagi laki-laki sebagai sesuatu yang wajar dan dapat diterima. Jika dikaji melalui teori Berger dan Luckmann, penerimaan ini mencerminkan bahwa makna tentang *skincare* telah mengalami objektivasi, menjadi bagian dari pengetahuan sosial yang dibentuk melalui simbol, bahasa, serta praktik budaya yang berkembang. Seperti apa yang ditegaskan Sigit berikut:

“Kalo stigma kayak gitu sebenarnya aku pribadi nggak ngalamin tapi lebih ke mereka lebih ke penasaran aja sih kayak nanya-nanya Waktu awal-awal kuliah kan temen-temen aku pada masuk ke kos. Nah, mereka bertanya-tanya, ini apa sih? Ini apa? Terus buat apa? Di situ aku jawab lah segala macem. Oh ini *skincare* untuk perawatan diri karena kan aku punya *problem*

di muka aku, nah salah satu cara ngatasinnya pakai *skincare*. Jujur kayaknya aku tuh sempet banget nge-*influence* orang terutama laki-laki buat pake *skincare* terutama temen-temen aku ya. Terus dari semester dua ke semester enam aja ada perubahan ya, kayak temen-temen aku juga pada bilang, ih kok lu sekarang bersih sih cuman tinggal bekas-bebasnya doang, ga ada lagi jerawat” (Sigit Prayuda, informan penelitian, 13 April 2025).

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann, pernyataan Sigit mencerminkan transformasi dari tindakan individual yang semula bersifat pribadi menjadi perilaku yang mendapatkan pengakuan dan penerimaan dari lingkungan sosial. Dukungan dan respons positif dari orang-orang di sekitarnya menandakan bahwa praktik penggunaan *skincare* oleh laki-laki telah mengalami objektivasi, yakni menjadi bagian dari realitas sosial yang diterima secara kolektif sebagai sesuatu yang sah dan wajar.

Berdasarkan pengalaman para informan dalam penelitian ini, dan jika dianalisis melalui perspektif teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann, proses objektivasi terjadi melalui interaksi sosial yang ditunjukkan dalam praktik penggunaan *skincare* oleh laki-laki. Praktik ini, yang awalnya mungkin bersifat individual, lambat laun memperoleh penerimaan dan pengakuan dari lingkungan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas tersebut telah membentuk realitas sosial yang bersifat objektif dan diakui secara kolektif oleh masyarakat.

3. Proses Internalisasi Mahasiswa Laki-Laki Universitas Singaperbangsa Karawang

Menurut Berger (dalam Widiyono, 2023), internalisasi adalah suatu proses bertahap di mana individu mengadopsi, memahami, dan menerapkan konstruksi sosial yang berlaku dalam masyarakat, seperti norma, nilai, keyakinan, serta peran-peran sosial. Unsur-unsur sosial ini berperan penting dalam membentuk persepsi individu terhadap realitas sosial. Melalui proses ini, individu menyerap pola-pola objektif yang telah ada ke dalam kesadarannya, sehingga membentuk kerangka berpikir dan cara pandangnya terhadap dunia di sekitarnya.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam kerangka teori konstruksi realitas sosial, para informan menunjukkan proses internalisasi terhadap praktik penggunaan *skincare* yang didasari oleh keyakinan serta pandangan pribadi mereka. Misalnya, Fahrul dan Daniel memaknai perawatan diri melalui *skincare* sebagai bentuk tanggung jawab dan cinta terhadap diri sendiri, yang tidak bertentangan dengan konsep maskulinitas. Sigit melihat *skincare* sebagai representasi kebutuhan personal yang sah bagi laki-laki modern serta sebagai respons terhadap ekspektasi sosial. Deni memaknai *skincare* sebagai sarana untuk mencapai kesetaraan sosial sekaligus bentuk penghargaan terhadap diri dan lingkungan sekitar. Sementara itu, Ekas menganggap *skincare* sebagai kebutuhan alami bagi laki-laki dalam menunjang penampilan. Perbedaan tanggapan dan penerimaan masyarakat terhadap penggunaan *skincare* oleh laki-laki menjadi bagian dari proses di mana individu menyerap pengalaman sosial mereka dan membentuk pemaknaan pribadi melalui proses internalisasi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Daniel:

“Awalnya gua memvalidasi bahwa ngapain sih cowok *skincare*-an? Tapi ya setelah dicoba sendiri, hasilnya untuk *skincare* itu ya gua akuin ampuh, sangat ampuh. Jadinya ya bahasanya masa bodo lah dengan perkataan dan pemikiran orang lain, toh yang merasakan itu diri kita sendiri jadi masing-masing aja lah gitu. Jadi, gua sendiri memaknai diri gua sebagai laki-laki yang memakai *skincare* ini tu menjadi bentuk cinta gua kepada diri sendiri. Gua menyayangi tubuh gua dan gua ingin tubuh gua itu indah dipandang untuk orang lain. Kalo soal mempengaruhi identitas maskulinitas gua ga ngerasa adanya perubahan yang gimana-gimana si. Gua sebagai cowok pakai *skincare* intinya gua cowok begitu” (Daniel Faran Krisdianto, informan penelitian, 05 Mei 2025).

Pengalaman positif yang dialami Daniel membentuk pemaknaan baru terhadap realitas sosial yang ia jalani. Mengacu pada teori konstruksi realitas sosial Berger dan Luckmann, proses

internalisasi yang terjadi pada diri Daniel menunjukkan bahwa penggunaan *skincare* tidak lagi dianggap bertentangan dengan identitas maskulinitas. Sebaliknya, ia memandang perawatan diri sebagai wujud cinta dan tanggung jawab terhadap dirinya sendiri. Daniel mengkonstruksi identitas dirinya sebagai laki-laki yang tetap menjaga penampilan tanpa menghilangkan sisi maskulinnya, yang mencerminkan bahwa nilai-nilai baru terkait perawatan diri telah terintegrasi dalam pembentukan identitas pribadinya.

Berdasarkan uraian sebelumnya dan merujuk pada pemikiran Berger dan Luckmann, seluruh informan dalam penelitian ini telah melalui proses internalisasi dalam konteks penggunaan *skincare*, yang dibentuk oleh konstruksi sosial dan pengalaman subjektif masing-masing individu. Proses internalisasi yang mereka alami tidak sebatas pada penerimaan pasif terhadap norma sosial, melainkan melibatkan keterlibatan aktif dalam menafsirkan, merespons, serta membentuk ulang makna sosial berdasarkan pengalaman yang mereka alami secara langsung. Melalui interaksi dengan realitas sosial tersebut, para informan menyerap pola-pola objektif yang kemudian membentuk cara pandang mereka sendiri mengenai pentingnya penggunaan *skincare* sebagai bagian dari identitas mereka sebagai laki-laki.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *skincare* oleh mahasiswa laki-laki Universitas Singaperbangsa Karawang merupakan refleksi dari proses konstruksi makna diri yang terbentuk secara dialektis melalui tahapan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dalam tahap eksternalisasi, informan mengekspresikan kebutuhan perawatan diri sebagai bentuk aktualisasi diri, baik karena dorongan ketidakpuasan terhadap penampilan maupun keinginan untuk menghadapi stigma sosial. Tahap objektivasi terlihat dari mulai diterimanya praktik penggunaan *skincare* oleh lingkungan sosial mereka, termasuk keluarga, teman, hingga ruang kampus, yang menjadikan aktivitas tersebut sebagai sesuatu yang wajar dan bahkan patut diapresiasi. Adapun tahap internalisasi mengungkapkan bahwa para informan telah memaknai penggunaan *skincare* sebagai bagian dari identitas diri laki-laki modern yang bertanggung jawab, mencintai diri sendiri, dan tetap menjaga sisi maskulinitas mereka. Temuan ini memperlihatkan bahwa praktik *skincare* bukan lagi sekadar bentuk perawatan fisik, melainkan juga menjadi simbol penerimaan sosial dan sarana perlawanan terhadap konstruksi gender konvensional yang selama ini membatasi ekspresi diri laki-laki dalam ruang publik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *skincare* oleh mahasiswa laki-laki Universitas Singaperbangsa Karawang bukan sekadar praktik merawat diri saja, melainkan refleksi dari proses konstruksi makna diri yang kompleks. Proses tersebut berlangsung melalui dialektika antara individu dan lingkungan sosialnya yang terbagi dalam tahap eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Setiap tahap memperlihatkan bagaimana pengalaman personal dipertemukan dengan respons sosial hingga menghasilkan pemaknaan yang utuh terhadap identitas diri sebagai laki-laki modern. Fenomena ini menandakan adanya pergeseran nilai dalam masyarakat, khususnya dalam hal pemaknaan maskulinitas. Praktik merawat diri yang sebelumnya diasosiasikan secara eksklusif dengan perempuan kini menjadi bagian dari aktivitas laki-laki dalam menegosiasikan identitas, menunjukkan bentuk cinta diri, serta menyikapi tuntutan sosial akan penampilan visual diri. Namun, proses ini tidak berlangsung tanpa hambatan. Stigma dan stereotip gender masih menjadi bias, meskipun berhasil ditransformasi melalui edukasi interpersonal, pengaruh luar dan dukungan lingkungan juga tampak semakin terbuka.

Implikasi dari temuan ini tidak hanya menambah pemahaman akademik tentang konstruksi sosial identitas laki-laki, tetapi juga memiliki relevansi praktis dalam bidang komunikasi, psikologi, gender, dan pemasaran. Dalam konteks komunikasi, hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya

ruang bagi laki-laki dalam menyuarakan pengalaman perawatan diri tanpa takut terhadap stigma negatif yang dapat saja mereka terima. Saran dari penelitian ini antara lain yaitu pentingnya keterlibatan masyarakat dan media dalam membangun makna baru mengenai maskulinitas yang tidak konvensional dan memperluas wacana perawatan diri bagi laki-laki yang sehat secara fisik maupun psikologis. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengkaji bagaimana makna diri laki-laki pengguna *skincare* di berbagai latar belakang budaya dan kelas sosial yang berbeda untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perubahan konstruksi gender dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Garden City, NY: Anchor Books.
- Bungin, Burhan. (2013). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Farid, M. (2018). *Fenomenologi: Dalam Penelitian Ilmu Sosial* (M. Farid & M. Adib, Ed.). Jakarta: Prenada Media Group.
- Fattahurrosyid. (2016). Konstruksi Realitas Sosial Tatto. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, Vol.2, No.10, hal.94-107.
- Gandhawangi, S. (2024, September 1). Peluang Pasar "Skincare" Pria di Indonesia Masih Besar. Kompas. Diakses pada tanggal 05 Desember 2024, pukul 14.00 WIB melalui <https://www.kompas.id/baca/gaya-hidup/2024/09/19/peluang-pasar-skincare-pria-di-indonesia-masih-besar>
- Hermansyah, H., & Nuraini, N. (2024). Makna Penggunaan *Skincare* Bagi Mahasiswa. *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Kebudayaan*, Vol.2, No.2:April, hal. 203-214 <https://doi.org/10.59031/jkppk.v2i2.483>
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*: Bandung: Rosdakarya.
- Riskiy, S. R., & Hapsari, R. (2022). Interpretasi Maskulinitas Pada Iklan *Skincare* Pria (Studi Resepsi Stuart Hall pada Khalayak Pria). *Broadcasting Communication*, Vol.4, No.1:April, hal. 45-46 <https://doi.org/10.53856/bcomm.v4i1.234>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utami, L. D. Analisis Sosiologis Terhadap Makna Toxic Masculinity Pada Mahasiswa Generasi Z Pengguna *Skincare* di Kota Bekasi (*Bachelor's thesis*, Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Widiyono, A. (2023). *Konstruksi dan persepsi batik Peter L. Berger: Monograf*. Jepara: UNISNU Press.
- ZAP Beauty Index, & MEN/O/LOGY Index. (2024). ZAP Beauty Index 2024 & MEN/O/LOGY Index. *Ungkap Kebiasaan Baru Kebiasaan Wanita & Pria. ZAP Beauty Index dan MEN/O/LOGY Index*. Diakses pada tanggal 01 November 2024, pukul 15.00 WIB melalui <https://pressrelease.kontan.co.id/news/zap-beauty-index-2024-menology-index-ungkap-kebiasaan-baru-kebiasaan-wanita-pria>