

**RESEPSI LAKI-LAKI GEN Z TERHADAP MASKULINITAS DALAM  
KONTEN EDUKASI SKINCARE PADA AKUN TIKTOK @glowupwithfalih**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Elang Apriliansyah Putra Nusantara**

**NPM. 21043010041**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**RESEPSI GEN Z TERHADAP PESAN MASKULINITAS KONTEN  
EDUKASI SKINCARE UNTUK LAKI-LAKI PADA AKUN TIKTOK**

**@glowupwithfalih**

Disusun oleh:

Elang Apriliansyah Putra Nusantara

NPM. 21043010041

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

**DOSEN PEMBIMBING**

Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A

NIP. 199308082022032016



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN**

**RESEPSI LAKI-LAKI GEN Z TERHADAP MASKULINITAS DALAM  
KONTEN EDUKASI SKINCARE PADA AKUN TIKTOK @glowupwithfalih**

oleh:

Elang Apriliansyah Putra Nusantara  
NPM. 21043010041

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal 16  
Juli 2025

**PEMBIMBING**

**TIM PENGUJI,  
KETUA**

Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A  
NIP. 199308082022032016

Dra. Sumardijati, M.Si  
NIP. 196203231993092001  
**SEKRETARIS**

Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A  
NIP. 199205292022032010  
**ANGGOTA**

Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A  
NIP. 199308082022032016

**Mengetahui**  
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si  
NIP. 196804182021211006

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elang Apriliansyah Putra Nusantara  
NPM : 21043010041  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah (Skripsi) ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 25 Juni 2025  
Yang membuat pernyataan



Elang Apriliansyah Putra Nusantara  
NPM. 21043010041

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu dan motivasi pada penulis.
4. Ibu Dra. Herlina Suksmawati, M.Si selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
6. Kepada mama, nenek, dan adik yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Skripsi ini saya dedikasikan untuk orang-orang yang sangat saya sayangi: Oidhia Laura, Atha Aurynnia, Yulia Arianti, Rara Kinasih, Tasya Ningrum, Andini Paramesti, Tsany Yusrina, Niken Pramesti, Chidah, Reyhan Abrori,

Argya Bratasena, Rohananda Abdan, Maulana Al Hafiz, Starvo dan masih banyak teman-teman lainnya yang selalu percaya, mendukung, dan mendoakan penulis setiap harinya.

8. Sahabat SMA penulis Rizki Putra, Zafi Putra, Hilmi Febri, Bagus Fajar, Salsabila Triyatana, Rangga Eka, Rival Wijaya, dan Fahreza yang tiada hentinya memberikan semangat kepada penulis.
9. Semua pihak yang telah mendoakan, mendukung, dan memberikan semangat tanpa henti selama proses penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian di masa mendatang.

Sidoarjo, 10 Maret 2025

Elang Apriliansyah Putra Nusantara

## ABSTRAKSI

Perkembangan tren gaya hidup modern dan meningkatnya kesadaran laki-laki mengenai pentingnya perawatan diri, memicu terjadinya pemaknaan ulang terhadap maskulinitas laki-laki, khususnya di kalangan generasi Z. Platform TikTok berperan penting dalam menyebarkan pesan maskulinitas inklusif. Akun TikTok @glowupwithfalih secara konsisten membagikan konten edukatif mengenai skincare yang mendorong terjadinya normalisasi skincare pada laki-laki. Terdapat pro dan kontra, sebagian menilai praktik perawatan diri sebagai bentuk maskulinitas modern yang sehat dan inklusif, lainnya menganggap praktik tersebut sebagai hal menyimpang dari norma maskulinitas tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai penerimaan generasi Z terhadap pesan maskulinitas dalam konten edukasi skincare di platform TikTok dengan menggunakan analisis resepsi Stuart Hall. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis ini, digunakan untuk melihat pengalaman terhadap fakta dari subjek yang diteliti. Data diperoleh melalui *In-depth interview* terhadap delapan informan laki-laki generasi Z sebagai subjek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan berada pada *negotiated position*, yaitu menerima sebagian pesan pentingnya perawatan diri bagi laki-laki dan tetap menyesuaikan atau mempertahankan nilai-nilai maskulinitas tradisional yang diyakini. Sebagian mendukung perawatan diri sebagai bentuk tanggung jawab laki-laki dan investasi kesehatan (cenderung *dominant-hegemonic position*), sebagian mengkritisi praktik tersebut, karena dapat menggoyahkan standar maskulinitas yang ada (cenderung *oppositional position*). Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa maskulinitas dimaknai secara fleksibel dan selektif oleh generasi Z dengan tetap dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial dan budaya yang melekat.

**Kata Kunci:** Maskulinitas, Resepsi, Skincare, TikTok, Generasi Z

## **ABSTRACT**

*The rise of modern lifestyles has increased awareness among young men about personal grooming has led to a shift in how masculinity is perceived, specifically among Generation Z. TikTok has played a key role in spreading messages about inclusive masculinity. One account named @glowupwithfalih, regularly shared educational content about skincare, stimulating to normalize self-care practices for male users. However, self-care among men has pros and cons. Some view it as a healthy and inclusive form of modern masculinity, while others see it as straying from traditional masculine norms. This study aims to explore how Generation Z males respond to skincare education on TikTok, using Stuart Hall's reception analysis. The study used a qualitative descriptive method under a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews with eight male participants from Generation Z. The results showed that all participants held a negotiated view; they accepted certain ideas about male self-care but adapted them to align with traditional masculine principles. Some participants embraced self-care as a way to express their identity and adopted a dominant-hegemonic position. Others resisted these practices, fearing they might weaken traditional masculinity, reflecting an oppositional stance. The way individuals interpreted skincare and masculinity was shaped by their social circles, personal experiences, and cultural norms. In conclusion, Generation Z demonstrates a flexible and selective understanding of masculinity, shaped by both social norms and tradition.*

**Keywords:** Masculinity, Reception, Skincare, TikTok, Generation Z

## DAFTAR ISI

|                                                     |             |
|-----------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                     | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                      | <b>iii</b>  |
| <b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....</b>         | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                          | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAKSI.....</b>                               | <b>vii</b>  |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                        | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                              | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                           | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                           | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                        | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                       | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah.....                    | 1           |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                          | 11          |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                        | 12          |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....                       | 12          |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis .....                       | 12          |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                         | 12          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                 | <b>13</b>   |
| 2.1. Penelitian Terdahulu .....                     | 13          |
| 2.2. Tinjauan Pustaka .....                         | 21          |
| 2.2.1. Maskulinitas .....                           | 21          |
| 2.2.2. Maskulinitas dalam Media Sosial .....        | 24          |
| 2.2.3. Penggunaan Skincare oleh Laki-Laki .....     | 30          |
| 2.2.4. TikTok sebagai Media Konstruksi Gender ..... | 32          |
| 2.2.5. Analisis Resepsi Khalayak .....              | 34          |
| 2.3. Kerangka Berpikir .....                        | 39          |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>          | <b>42</b>   |
| 3.1. Pendekatan Penelitian .....                    | 42          |
| 3.2. Definisi Konseptual.....                       | 44          |

|                                                                                                                                                     |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.2.1. Maskulinitas .....                                                                                                                           | 44         |
| 3.2.2. Analisis Resepsi .....                                                                                                                       | 45         |
| 3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                                                                                                              | 46         |
| 3.4. Objek dan Subjek Penelitian .....                                                                                                              | 47         |
| 3.5. Pengumpulan Data .....                                                                                                                         | 48         |
| 3.6. Analisis Data .....                                                                                                                            | 49         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                                                                            | <b>51</b>  |
| 4.1. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....                                                                                                | 51         |
| 4.1.1. Gambaran Umum Akun TikTok @glowupwithfalih .....                                                                                             | 51         |
| 4.1.2. Identitas Informan .....                                                                                                                     | 54         |
| 4.2. Hasil dan Pembahasan .....                                                                                                                     | 59         |
| 4.2.1. Pandangan Laki-Laki Generasi Z Terhadap Akun TikTok<br>@glowupwithfalih.....                                                                 | 59         |
| 4.2.2. Penggunaan Skincare pada Laki-laki Generasi Z .....                                                                                          | 71         |
| 4.2.3. Negosiasi Nilai Maskulinitas Tradisional dan Inklusif oleh Laki-Laki<br>Generasi Z terhadap Konten Skincare di TikTok @glowupwithfalih ..... | 86         |
| <b>BAB V KESIMPULAN .....</b>                                                                                                                       | <b>106</b> |
| 5.1. Simpulan .....                                                                                                                                 | 106        |
| 5.2. Saran.....                                                                                                                                     | 108        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                                                         | <b>110</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                                                                | <b>117</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>                                                                                                                          | <b>170</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Kecantikan Laki-Laki tahun 2017 .....                      | 3  |
| Gambar 1.2 Akun TikTok @glowupwithfalih .....                                              | 4  |
| Gambar 1.3 Pro dan kontra dalam konten berjudul "Cowo Cuma Butuh Ini" .....                | 6  |
| Gambar 2.1 Tiga kelompok pemaknaan maskulinitas .....                                      | 22 |
| Gambar 2.2 Model komunikasi <i>Encoding - Decoding</i> .....                               | 38 |
| Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....                                                         | 41 |
| Gambar 4.1 Profile akun TikTok @glowupwithfalih .....                                      | 51 |
| Gambar 4.2 Tingkat Dukungan dan Keterlibatan Gen Z dalam Inisiatif Kesetaraan Gender ..... | 92 |

## **DAFTAR TABEL**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian terdahulu..... | 21 |
| Tabel 4.1 Identitas Informan.....   | 59 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Interview Guide .....    | 117 |
| Lampiran 2. Transkrip Wawancara..... | 119 |
| Lampiran 3. Bukti Wawancara .....    | 175 |