

**PERFORMATIF GENDER DAN ALGORITMA: ANALISIS
NETNOGRAFI *BEAUTY INFLUENCER* PRIA INDONESIA DI
INSTAGRAM**

***GENDER PERFORMATIVITY AND ALGORITHM: A NETNOGRAPHIC
ANALYSIS OF MALE BEAUTY INFLUENCERS IN INDONESIAN
INSTAGRAM***

Pandika Adi Putra¹, Dwi Rina Puspitasari² dan Rizki Farisi³

^{1,2,3}Universitas Jenderal Soedirman
Purwokerto, Banyumas, Indonesia
Email: pandikadiputra@gmail.com

ABSTRACT

The proliferation of visual-based social media platforms such as Instagram has reshaped the landscape of gender representation in Indonesia's beauty culture, allowing male influencers to articulate non-hegemonic identities through aesthetic and algorithmic negotiation. This study investigates how Indonesian male beauty influencers construct, perform, and negotiate gender in algorithm-driven environments. Employing a qualitative netnographic approach, the research observes three public Instagram accounts @azkhategar, @wijayahendry, and @ilhamalhadii from May to October 2025, analyzing visual aesthetics, caption narratives, algorithmic strategies, and audience interactions. The theoretical framework combines Judith Butler's gender performativity, R. W. Connell's hegemonic masculinity, and the concepts of algorithmic visibility (Cotter) and micro-celebrity (Abidin). Findings reveal that gender representation among these influencers is fluid, relational, and consciously constructed through visual repetition and strategic adaptation to platform logic. Azka's reflective and emotive aesthetics, Wijaya's professional visual identity, and Ilham's playful humor each demonstrate how gender performance operates as an interactive process of self-expression, technological adaptation, and social negotiation. Public responses exhibit ambivalence ranging from affirmation to resistance indicating that digital spaces remain contested arenas of cultural power. The study concludes that gender performance in the digital public sphere is simultaneously aesthetic, political, economic, and educational: a relational act negotiated among social norms, algorithmic systems, and the politics of visibility. Ultimately, this research underscores social media's role as a critical cultural site for redefining inclusive identities and transforming gender discourse in Southeast Asia's algorithmic society.

Keywords: *Gender Performativity, Algorithmic Visibility, Beauty Influencer, Instagram, Alternative Masculinity.*

ABSTRAK

Perkembangan media sosial berbasis visual seperti Instagram telah mengubah lanskap representasi gender dalam budaya kecantikan di Indonesia, memungkinkan influencer pria menampilkan identitas non-hegemonik melalui negosiasi estetika dan algoritmik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *beauty influencer* pria Indonesia membentuk, menampilkan, dan menegosiasikan gender dalam lingkungan digital yang digerakkan oleh algoritma. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis *netnografi*, penelitian ini mengamati tiga akun publik di Instagram @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii selama periode Mei hingga Oktober 2025. Analisis difokuskan pada estetika visual, narasi *caption*, strategi algoritmik, serta respons audiens. Kerangka teori mengintegrasikan konsep *gender performativity* (Judith Butler), *hegemonic masculinity* (R. W. Connell), *algorithmic visibility* (Cotter), dan *micro-celebrity* (Abidin). Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi gender yang ditampilkan oleh para *beauty influencer* bersifat cair, relasional, dan dibentuk secara sadar melalui pengulangan visual serta adaptasi strategis terhadap logika platform. Azka dengan estetika reflektif dan emosional, Wijaya dengan gaya profesional, serta Ilham dengan pendekatan humoris masing-masing memperlihatkan bahwa performa gender bekerja sebagai proses

interaktif antara ekspresi diri, adaptasi teknologi, dan negosiasi sosial. Respons publik menunjukkan ambivalensi antara penerimaan dan resistensi yang menandakan bahwa ruang digital masih menjadi arena pertarungan makna dan kekuasaan budaya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa performativitas gender dalam ruang publik digital berfungsi secara simultan sebagai tindakan estetis, politis, ekonomis, dan edukatif. Performa tersebut merupakan tindakan relasional yang dinegosiasikan di antara norma sosial, sistem algoritmik, dan politik visibilitas. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai ruang kultural penting bagi redefinisi identitas inklusif dan transformasi wacana gender dalam masyarakat algoritmik Asia Tenggara.

Kata Kunci: Performativitas Gender, Visibilitas Algoritma, *Beauty Influencer*, Instagram, Maskulinitas Alternatif.

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara masyarakat memahami dan menampilkan identitas, termasuk identitas gender. Platform media sosial visual seperti Instagram menjadi ruang baru bagi individu untuk mengekspresikan diri secara estetis dan simbolik, melampaui batas-batas yang sebelumnya ditentukan oleh norma-norma budaya. Dalam konteks industri kecantikan global, media sosial mendorong munculnya aktor-aktor baru, termasuk pria, yang ikut berpartisipasi dalam mendefinisikan ulang makna kecantikan dan maskulinitas. Fenomena ini menandai pergeseran paradigma dari konsumsi pasif menjadi produksi aktif atas identitas. Representasi gender tidak lagi bersifat statis, melainkan terbentuk melalui tindakan performatif yang terus-menerus dinegosiasikan di ruang digital (Arifianto, 2021; Rahmawati & Syaefudin, 2023).

Di Indonesia, dinamika tersebut tampak jelas melalui kehadiran *beauty influencer* pria yang menampilkan ekspresi gender non-konvensional di Instagram. Mereka menjadi simbol dari perubahan sosial yang menantang dikotomi maskulin–feminin dalam budaya populer. Akun seperti @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii menghadirkan narasi visual yang menggabungkan estetika riasan wajah, gaya busana, dan gestur tubuh sebagai bentuk ekspresi diri yang cair. Praktik ini sekaligus merepresentasikan upaya untuk memperluas ruang maskulinitas agar lebih inklusif dan adaptif terhadap keberagaman identitas. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial berfungsi bukan hanya sebagai ruang hiburan, tetapi juga arena pembentukan identitas sosial dan politik tubuh yang kompleks (Putra & Hamid, 2022; Nugraha & Fitriani, 2024).

Dalam lanskap digital yang diatur oleh logika algoritma, representasi gender di media sosial tidak pernah netral. Sistem algoritmik Instagram menentukan keterlihatan (*visibility*) konten berdasarkan pola keterlibatan pengguna dan tren estetika dominan. Hal ini menjadikan ekspresi gender di media sosial sebagai praktik strategis, di mana *influencer* harus

menyesuaikan performanya agar tetap relevan dan dapat terlihat oleh publik. Duffy dan Hund (2022) menegaskan bahwa algoritma berfungsi sebagai kekuatan kuratorial yang dapat memperkuat norma-norma sosial tertentu dan mengesampingkan ekspresi yang dianggap menyimpang. Dengan demikian, performativitas gender di media sosial merupakan hasil interaksi kompleks antara subjektivitas, struktur teknologi, dan ekonomi perhatian (Cotter, 2019; Widodo & Lestari, 2021).

Fenomena ini memperlihatkan adanya dimensi politik dalam performa digital, di mana ekspresi gender bukan hanya soal estetika, melainkan juga resistensi terhadap hegemoni budaya. Komentar publik terhadap unggahan para *beauty influencer* pria menunjukkan ambivalensi sosial: sebagian memberikan dukungan afirmatif, sementara sebagian lain menampilkan resistensi konservatif terhadap ekspresi maskulinitas yang lebih cair. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat digital Indonesia masih memandang gender sebagai kategori biner yang sarat dengan bias heteronormatif. Namun demikian, kehadiran figur seperti Azka, Wijaya, dan Ilham membuka peluang bagi pembentukan makna baru yang lebih inklusif terhadap ekspresi gender alternatif (Kusumawardani, 2023; Prasetyo & Mahendra, 2023).

Untuk memahami fenomena tersebut secara konseptual, teori performativitas gender yang dikemukakan oleh Judith Butler (1990, 2004) menjadi kerangka analisis utama. Butler menjelaskan bahwa gender bukan identitas tetap atau atribut biologis, melainkan hasil dari tindakan-tindakan yang diulang dan dikonstruksi secara sosial. Gender, dengan demikian, merupakan performa yang diakui melalui repetisi simbolik dan tindakan diskursif dalam konteks budaya tertentu. Dalam dunia digital, praktik ini diterjemahkan melalui unggahan visual, narasi caption, dan interaksi dengan audiens. Oleh karena itu, performativitas gender di media sosial merupakan bentuk *digital embodiment* manifestasi tubuh dan identitas melalui praktik simbolik yang dimediasi teknologi (Butler, 1990; Butler, 2004).

Pendekatan Butler memberikan pijakan penting untuk menafsirkan ekspresi gender di ruang digital sebagai bentuk tindakan komunikatif. Dalam konteks Instagram, performativitas gender tidak hanya tampil melalui penampilan fisik, tetapi juga melalui strategi komunikasi, gaya bahasa, dan kurasi visual yang menyiratkan makna sosial tertentu. @azkhategar menampilkan narasi reflektif dan estetika lembut yang berupaya meredefinisi maskulinitas; @wijayahendry menonjolkan keanggunan dan profesionalisme dalam merias wajah; sedangkan @ilhamalhadii menggunakan humor dan inklusivitas untuk menjangkau audiens muda. Ketiga akun tersebut memperlihatkan bahwa performativitas gender beroperasi dalam spektrum, di

mana setiap tindakan visual merupakan bagian dari dialog sosial tentang identitas (Syahputra, 2021; Butler, 2004).

Selain aspek simbolik, performativitas gender di media sosial juga berkaitan erat dengan ekonomi digital dan kapitalisasi identitas. Abidin (2021) menyebut fenomena ini sebagai praktik *micro-celebrity*, di mana individu secara sadar mengelola citra diri untuk memperoleh nilai sosial dan ekonomi. Dalam konteks ini, gender menjadi komoditas visual yang dijual melalui estetika dan kedekatan emosional dengan audiens. Azka, Wijaya, dan Ilham membangun persona publik yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mendidik dan menantang persepsi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa performativitas gender dalam ekosistem algoritmik tidak terlepas dari relasi kuasa antara kreativitas individu, norma sosial, dan logika pasar (Senft & Abidin, 2021; Puspitasari & Prabowo, 2023).

Meski begitu, ruang digital juga menjadi arena kontestasi wacana, di mana kebebasan ekspresi selalu berhadapan dengan kontrol sosial. Resistensi terhadap ekspresi gender cair sering muncul melalui komentar ofensif, stereotipisasi, dan pelabelan negatif. Namun, di sisi lain, terdapat pula komunitas daring yang mendukung keberagaman gender dan mengafirmasi representasi non-hegemonik. Ketegangan ini mencerminkan bahwa ruang digital Indonesia adalah situs perdebatan kultural antara konservatisme dan progresivitas. Dalam situasi tersebut, performativitas gender tidak hanya menantang norma dominan, tetapi juga berfungsi sebagai bentuk komunikasi simbolik yang mendorong transformasi sosial (Putri & Yuliani, 2024; Butler, 1993).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *beauty influencer* pria Indonesia menampilkan performativitas gender di ruang digital berbasis algoritma. Dengan menggunakan pendekatan netnografi terhadap tiga akun Instagram @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii penelitian ini menelusuri praktik visual, simbolik, dan interaksional dalam membentuk identitas gender di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi komunikasi digital dan gender di Indonesia, serta memberikan kontribusi teoretis terhadap penerapan konsep Butlerian dalam konteks budaya algoritmik Asia Tenggara. Dengan demikian, media sosial dipahami bukan hanya sebagai ruang ekspresi diri, tetapi juga arena politik simbolik tempat identitas dinegosiasikan, dipertarungkan, dan direproduksi secara performatif (Butler, 2004; Duffy & Hund, 2022).

Dengan mempertimbangkan kompleksitas tersebut, penelitian ini memformulasikan pertanyaan-pertanyaan berikut sebagai rumusan masalah:

1. Bagaimana akun Instagram @azkhatagar, @wijayahendry dan @ilhamalhadii menampilkan praktik performativitas gender sesuai teori Judith Butler melalui strategi visual, naratif dan interaksional di media sosial?
2. Bagaimana sistem algoritma Instagram memediasi dan memengaruhi keberulangan tindakan performative yang membentuk visibilitas serta penerimaan ekspresi gender para beauty influencer pria tersebut?
3. Bagaimana *audience* merespon dan menegosiasikan makna performativitas gender non-akademik yang ditampilkan oleh ketiga akun tersebut dalam konteks budaya digital Indonesia?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan memahami praktik representasi gender yang dilakukan oleh beauty influencer pria Indonesia di media sosial, dengan menyoroti hubungan antara ekspresi visual, algoritma, dan tanggapan publik. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan praktik performativitas gender yang ditampilkan oleh akun @azkhatagar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii melalui strategi visual, naratif, dan simbolik di Instagram.
2. Menganalisis bagaimana sistem algoritmik Instagram memediasi, memperkuat, atau membatasi tindakan performatif yang memengaruhi visibilitas ekspresi gender non-hegemonik.
3. Menelaah bentuk respons dan negosiasi makna dari audiens terhadap performativitas gender yang ditampilkan oleh *beauty influencer* pria dalam konteks budaya digital Indonesia.

Dengan menggunakan pendekatan netnografi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual pada studi tentang komunikasi digital, budaya populer, dan kajian gender, sekaligus memperkaya perspektif lokal dalam memahami transformasi identitas sosial di era algoritma.

Performatif Gender dalam Media Sosial

Konsep *performativitas gender* sebagaimana dikembangkan oleh Judith Butler (1990; 2004) menjadi landasan teoretis utama dalam memahami bagaimana identitas gender dibentuk melalui tindakan-tindakan yang diulang dan diakui secara sosial. Butler menolak pandangan esensialis yang memandang gender sebagai sifat bawaan, dan menegaskan bahwa identitas gender merupakan hasil dari praktik sosial yang terus direproduksi melalui bahasa, tubuh, dan

simbol budaya. Dengan kata lain, gender bukan sesuatu yang “dimiliki,” melainkan sesuatu yang “dilakukan.” Performa ini tidak bersifat imitasi semata, melainkan sebuah praktik diskursif yang menegosiasikan norma dan kekuasaan dalam struktur sosial (Butler, 1993; Salamon, 2020). Dalam konteks budaya digital, performativitas gender menemukan medium baru untuk dipentaskan secara visual dan interaktif, di mana tindakan sehari-hari dimediasi oleh algoritma, komentar publik, dan logika ekonomi perhatian (Abidin, 2021; Cotter, 2019).

Dalam ruang media sosial, khususnya Instagram, praktik performatif menjadi bagian dari *digital embodiment* proses di mana tubuh, ekspresi, dan simbol dihadirkan melalui kurasi visual dan narasi personal. Fitur-fitur seperti *feed*, *caption*, *story*, dan *filter* berperan dalam membentuk wacana identitas yang terfragmentasi namun dapat dinegosiasikan. *Beauty influencer* pria seperti @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii menampilkan performa gender yang menantang dikotomi maskulin feminin melalui estetika riasan, warna, dan gaya komunikasi yang reflektif. Mereka menunjukkan bahwa gender bukan hanya representasi visual, melainkan tindakan komunikatif yang secara sadar memanfaatkan teknologi untuk membentuk makna sosial. Dengan demikian, performativitas gender di media sosial beroperasi dalam hubungan timbal balik antara subjek, audiens, dan sistem digital yang mengaturnya (Duffy & Hund, 2022; Prasetyo & Mahendra, 2023).

Namun, ekspresi performatif tersebut tidak berlangsung dalam ruang yang netral. Media sosial memiliki struktur algoritmik yang menentukan keterlihatan dan distribusi konten berdasarkan logika popularitas dan keterlibatan pengguna. Sistem ini menjadikan performativitas gender sebagai praktik yang bersifat strategis, karena kreator harus menyesuaikan ekspresi diri dengan norma sosial dan mekanisme platform agar dapat diterima public (Shalahuddin et al., 2013). Dalam konteks ini, performativitas gender tidak hanya merupakan ekspresi individual, tetapi juga hasil negosiasi antara kehendak subjektif, kekuasaan teknologi, dan harapan sosial. Dengan memadukan teori Butler dengan studi algoritmik kontemporer (Bishop, 2020; Tornberg, 2023), performativitas gender di media sosial dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi digital yang terus-menerus dinegosiasikan dalam lanskap budaya yang cair dan terotomatisasi (Veronica Ete et al., 2023).

Selain itu, dalam konteks budaya Indonesia, performativitas gender di media sosial memperlihatkan dimensi yang lebih kompleks karena berhadapan dengan nilai-nilai lokal, norma agama, serta ideologi maskulinitas hegemonik yang masih kuat (Heryanto, 2019; Suryani & Wibowo, 2022). Para *beauty influencer* pria tidak hanya mempresentasikan estetika alternatif, tetapi juga melakukan negosiasi makna terhadap identitas laki-laki Indonesia yang

dikonstruksikan melalui sejarah sosial dan moralitas publik. Praktik mereka menjadi bentuk *subversive performance* yang menantang batas-batas gender normatif sekaligus membuka ruang dialog tentang pluralitas ekspresi diri di era digital. Dengan demikian, teori performativitas Butler ketika diterapkan dalam konteks Indonesia tidak sekadar menjelaskan praktik individual, tetapi juga mengungkap bagaimana teknologi, budaya, dan kekuasaan berkelindan dalam produksi identitas di ruang algoritmik (Setiawan, 2023).

Maskulinitas Hegemonik dan Negosiasinya

Maskulinitas sebagai konstruksi sosial tidak bersifat tunggal atau statis, melainkan dibentuk melalui relasi kuasa dan proses historis yang terus bergulir. R. W. Connell (1995) melalui konsep *hegemonic masculinity* menjelaskan bahwa dalam setiap masyarakat terdapat bentuk maskulinitas dominan yang menempati posisi paling tinggi dalam hierarki gender, ditandai oleh atribut kekuatan, kontrol emosional, dan rasionalitas. Maskulinitas hegemonik bukan sekadar perilaku individual, tetapi sebuah struktur sosial yang direproduksi oleh institusi seperti keluarga, sekolah, agama, dan media (Connell & Messerschmidt, 2005). Dalam konteks budaya digital, struktur ini menemukan bentuk baru dalam representasi visual, algoritma, dan wacana daring yang mengatur bagaimana laki-laki ideal ditampilkan dan diterima publik (Duffy & Hund, 2022; Priyatna, 2021).

Namun, kehadiran *beauty influencer* pria seperti @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii menandai terjadinya pergeseran dari maskulinitas hegemonik menuju bentuk-bentuk maskulinitas alternatif. Mereka menghadirkan estetika yang menolak dikotomi antara kekuatan dan kelembutan, antara maskulin dan feminin. Dalam praktik ini, make-up, warna pastel, dan gaya tubuh yang ekspresif menjadi simbol negosiasi terhadap norma-norma gender yang mapan. Fenomena ini menunjukkan bahwa maskulinitas tidak lagi hanya dipahami sebagai kekuasaan atas tubuh, tetapi juga sebagai *performa sosial* yang dapat dinegosiasikan melalui tindakan visual dan simbolik. Dengan demikian, ruang digital menjadi arena di mana batas-batas gender diuji ulang dan diartikulasikan kembali melalui praktik yang repetitif dan komunikatif (Rahmawati & Syaefudin, 2023; Heryanto, 2019).

Relasi antara teori Connell dan Butler menjadi signifikan dalam membaca dinamika tersebut. Jika Connell memandang maskulinitas hegemonik sebagai sistem yang mempertahankan dominasi, maka Butler (1990, 2004) melihat gender termasuk maskulinitas sebagai hasil dari *performativity*: tindakan-tindakan yang diulang hingga menciptakan kesan stabilitas identitas. Dalam konteks ini, *hegemonic masculinity* dapat dipahami bukan sebagai

entitas tetap, tetapi sebagai performa yang memperoleh kekuasaannya melalui pengulangan sosial dan legitimasi kultural. Ketika *beauty influencer* pria melakukan praktik gender yang menantang norma, mereka tidak hanya melawan bentuk hegemonik, tetapi juga memperlihatkan bagaimana performa gender dapat menjadi tindakan subversif yang mengguncang tatanan simbolik yang sudah mapan (Butler, 1993; Schippers, 2007; Nugraha & Fitriani, 2024).

Namun, bentuk performativitas subversif tersebut tidak bebas dari mekanisme kontrol. Media sosial, melalui algoritma dan logika ekonomi perhatian, tetap memediasi bagaimana ekspresi gender diterima dan dipromosikan. Praktik digital ini menciptakan *arena performatif ganda* di satu sisi membuka ruang bagi maskulinitas non-hegemonik, namun di sisi lain membatasi jangkauannya melalui sistem kurasi algoritmik. Di titik inilah, teori Butler memberi kerangka epistemologis yang lebih lentur untuk membaca bagaimana maskulinitas hegemonik bukan hanya direproduksi oleh individu, tetapi juga oleh sistem teknologi yang mengatur visibilitas dan makna (Cotter, 2019; Bishop, 2020; Törnberg, 2023). Dengan demikian, negosiasi maskulinitas di media sosial adalah praktik performatif yang bersifat politis, di mana identitas laki-laki direkonstruksi melalui interaksi antara kekuasaan budaya dan kekuasaan algoritmik (Bakshy et al., 2015).

Micro-Celebrity dan Komodifikasi Identitas

Konsep micro-celebrity menggambarkan dinamika di mana individu secara sadar mengelola citra diri di media sosial untuk membangun relasi emosional dan sosial dengan audiens yang luas. Influencer, dalam hal ini, bukan hanya pengguna biasa, tetapi juga produsen konten yang memiliki nilai pasar, estetika, dan simbolik (Senft & Abidin, 2021). Mereka menggunakan teknik kurasi visual, gaya komunikasi yang dekat, serta praktik interaksi yang terencana untuk mempertahankan keterlibatan dan meningkatkan jangkauan. Dalam konteks ini, identitas gender tidak hanya menjadi representasi sosial, tetapi juga komoditas yang dapat dipasarkan dalam industri perhatian (Burkhardt & McMahon, 2021).

Beauty influencer seperti Azka Tegar menampilkan performa yang dirancang untuk menarik perhatian publik, bukan sekadar sebagai ekspresi personal, tetapi juga sebagai bagian dari strategi monetisasi. Melalui estetika yang konsisten, narasi yang menyentuh, dan citra diri yang berbeda dari norma dominan, Azka membentuk persona publik yang dapat menarik kerja sama brand dan meningkatkan popularitas. Dalam kondisi seperti ini, identitas menjadi arena kapitalisasi, di mana gender tidak hanya tampil sebagai bentuk ekspresi, tetapi juga sebagai aset yang bernilai ekonomi. Komodifikasi gender ini menjadikan ekspresi sosial terikat pada logika

industri, di mana keberhasilan diukur melalui likes, share, dan engagement metrics lainnya (Pereira et al., 2025).

Namun, perlu dicatat bahwa proses komodifikasi ini memiliki sisi ambivalen. Di satu sisi, ia membuka ruang bagi ekspresi gender non-konvensional untuk tampil dan memperoleh tempat dalam budaya populer. Di sisi lain, ketika ekspresi gender menjadi bagian dari strategi pemasaran, ada risiko terjadinya banalitas terhadap makna politis dari representasi tersebut. Praktik micro-celebrity menuntut keseimbangan antara keotentikan dan keterterimaan pasar, antara kebebasan ekspresi dan tuntutan algoritma. Oleh karena itu, analisis terhadap micro-celebrity dalam konteks beauty influencer perlu mempertimbangkan bagaimana kapitalisme digital membentuk praktik representasi dan mengonstruksi ulang makna gender di era media sosial.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif dengan pendekatan interpretatif, karena berupaya memahami makna performativitas gender sebagaimana dimanifestasikan melalui praktik visual, narasi, dan interaksi digital yang dilakukan oleh *beauty influencer* pria di Instagram. Pendekatan ini sesuai dengan paradigma konstruktivis yang memandang realitas sosial sebagai hasil interpretasi dan tindakan yang dinegosiasikan secara simbolik (Schwandt, 2000). Fokus pada *performativitas* merujuk pada pemikiran Judith Butler (1990; 2004) yang menekankan bahwa identitas gender dibentuk melalui tindakan berulang yang diakui secara sosial. Dengan demikian, metodologi penelitian ini diarahkan untuk menelusuri bagaimana tindakan-tindakan digital para *beauty influencer* berfungsi sebagai praktik performatif yang memproduksi, menantang, atau menegosiasikan norma gender dalam konteks algoritmik.

Metode utama yang digunakan adalah netnografi, yaitu adaptasi dari etnografi yang diterapkan pada komunitas daring (Kozinets, 2015). Netnografi dipilih karena memberikan kerangka sistematis untuk mengamati dan menafsirkan praktik digital yang bermakna secara sosial, khususnya dalam budaya partisipatif yang dikendalikan oleh algoritma (Kozinets, 2020). Sebagai pendekatan yang bersifat induktif, netnografi memungkinkan peneliti menangkap proses pembentukan makna tanpa menetapkan kategori a priori, melainkan menafsirkan temuan berdasarkan data yang muncul dari aktivitas daring. Dalam konteks ini, teori performativitas Butler tidak digunakan sebagai hipotesis tetap, tetapi sebagai kerangka konseptual yang memandu interpretasi terhadap praktik performatif di ruang digital, termasuk cara subjek mengulang dan memodifikasi tindakan gendernya untuk memperoleh pengakuan sosial.

Penelitian ini dilaksanakan pada Mei hingga Oktober 2025 dengan lokasi observasi terfokus pada platform Instagram, yang dipilih karena karakter visualnya mendukung ekspresi performatif gender. Tiga akun publik dipilih sebagai subjek penelitian, yakni @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii. Ketiganya dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: (1) konsistensi menampilkan konten kecantikan, (2) penggunaan ekspresi gender non-hegemonik, dan (3) tingkat interaksi tinggi dengan audiens. Pemilihan tiga akun memungkinkan triangulasi objek yang lebih kuat, sehingga variasi strategi performatif dapat dianalisis secara komparatif. Peneliti mengakses konten, interaksi, dan data publik dari tempat tinggal di Jakarta dengan tetap mempertimbangkan konteks sosial budaya Indonesia sebagai latar audiens digital.

Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif terbuka dan dokumentasi digital. Peneliti mengikuti akun-akun tersebut tanpa penyamaran, mencatat unggahan (foto, video, *caption*), serta mendokumentasikan komentar publik yang relevan dengan tema ekspresi gender. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengarsipkan data visual dan teks dengan tetap menjaga konteks aslinya. Catatan observasi mencakup frekuensi unggahan, pola *engagement*, penggunaan *hashtag*, serta jenis respons publik. Setiap data direkam menggunakan log observasi untuk memastikan keterlacakan. Untuk menekankan ke dalam analisis dan menghindari pengambilan interpretasi yang sangat subjektif dari peneliti, penelitian ini ditambahkan dengan wawancara mendalam oleh ketiga pemilik akun dan beberapa netizen yang memberikan reaksi dalam ketiga akun Instagram tersebut.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006) yang disesuaikan dengan prinsip interpretatif netnografi. Tahapan analisis meliputi: (1) pembacaan berulang untuk memahami konteks sosial dan visual; (2) pengkodean terbuka terhadap teks, gambar, dan komentar; (3) pengelompokan kode menjadi tema-tema konseptual; (4) peninjauan ulang tema untuk memastikan konsistensi makna; (5) pemberian nama dan deskripsi tema; dan (6) penyusunan narasi interpretative dari data yang sudah didaftarkan. Proses analisis ini diarahkan untuk menelusuri bagaimana tindakan digital membentuk performa gender, bagaimana algoritma memediasi visibilitas, dan bagaimana audiens menegosiasikan makna. Interpretasi dilakukan secara induktif, namun diarahkan oleh kerangka performativitas Butler untuk membaca relasi antara tindakan, pengakuan sosial, dan norma gender dalam konteks digital (Butler, 1993; Kozinets, 2020).

Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan objek. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data visual (gambar dan video), narasi teks (*caption*), serta interaksi

publik (komentar dan *likes*). Selain itu, peneliti menerapkan reflektivitas dan pencatatan log lapangan digital untuk memastikan keterbukaan interpretasi. Aspek etika dijaga dengan tidak mengungkap data pribadi, tidak berinteraksi langsung dengan subjek, dan hanya menggunakan konten publik yang tersedia secara terbuka. Identitas akun tidak dianonimkan karena bersifat publik dan digunakan untuk keperluan branding, namun kutipan dan dokumentasi disajikan dengan cara yang menghormati reputasi subjek. Peneliti memegang prinsip transparansi, akuntabilitas, dan etika digital sesuai panduan *Association of Internet Researchers (AoIR)* (2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi Performatif Gender dalam Konten Visual

Analisis terhadap konten visual dari tiga akun Instagram @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii menunjukkan bahwa performativitas gender dimunculkan melalui strategi estetika dan simbolik yang beragam, namun memiliki pola yang konsisten. Kesamaan utama yang ditemukan adalah penggunaan elemen visual yang menggabungkan atribut maskulin dan feminin secara simultan, menciptakan representasi yang cair dan adaptif. Dalam konteks teori Butler (1990), tindakan ini dapat dipahami sebagai bentuk *repetition of acts*, di mana identitas gender diproduksi melalui pengulangan gaya, pose, ekspresi, dan narasi visual. Konten seperti *make-up tutorial*, *OOTD*, dan *self-portrait* berperan sebagai arena pementasan diri, tempat gender tidak ditampilkan sebagai kategori tetap, melainkan sebagai proses yang terus dinegosiasikan di hadapan audiens digital (Butler, 2004; Rahmawati & Syaefudin, 2023).

Pada akun @azkhategar, performativitas gender diwujudkan melalui estetika lembut dan narasi yang menonjolkan keautentikan serta ekspresi diri. Warna-warna pastel, pencahayaan natural, dan gaya busana yang memadukan unsur feminin dan maskulin menegaskan keinginan Azka untuk menampilkan maskulinitas alternatif yang empatik dan sensitif. Dalam unggahan-unggahan tertentu, penggunaan *eye shadow*, *lip tint*, serta gaya pose reflektif memperlihatkan upaya sadar untuk menggeser citra maskulinitas dari kekuatan fisik menuju sensibilitas emosional. Performa ini tidak bersifat teatrikal, tetapi merupakan bentuk artikulasi identitas yang diulang secara konsisten untuk memperoleh legitimasi sosial dari audiens. Pola pengulangan gaya dan tema dalam konten Azka memperkuat argumentasi Butler bahwa gender adalah hasil dari tindakan yang terus-menerus diproduksi dan dikenali (Butler, 1993; Abidin, 2021).

Sementara itu, akun @wijayahendry menunjukkan performa gender yang lebih profesional dan kuratorial. Visualisasi kontennya lebih rapi, terkonsep, dan menonjolkan keterampilan teknis sebagai *make-up artist*. Namun, di balik estetika profesional tersebut, terdapat dimensi performatif yang menantang norma gender melalui cara Wijaya menampilkan dirinya sebagai sosok laki-laki yang menguasai teknik kecantikan dengan penuh percaya diri. Kombinasi antara pakaian formal, alat make-up, dan gestur kerja di depan kamera memperlihatkan relasi kuasa baru: laki-laki tidak lagi hanya menjadi konsumen kecantikan, tetapi juga produsen estetika. Dalam konteks ini, performa Wijaya berfungsi sebagai bentuk *re-signification* tindakan yang menafsirkan ulang posisi gender dalam sistem makna sosial melalui tindakan visual yang berulang (Butler, 1990; Cotter, 2019).

Berbeda dari dua akun sebelumnya, @ilhamalhadii menampilkan performativitas gender dengan pendekatan yang lebih ekspresif dan humoris. Ia sering memadukan konten hiburan dengan tutorial kecantikan, menggunakan gaya bahasa ringan dan interaksi spontan dengan pengikutnya. Dalam banyak unggahan, Ilham tampil dengan ekspresi wajah dramatis, pakaian berwarna cerah, dan gaya bicara hiperbolik yang menonjolkan *playfulness* identitas. Strategi ini memperlihatkan bahwa performativitas gender tidak selalu bersifat serius atau simbolik, melainkan juga dapat muncul dalam bentuk permainan (*gender play*) yang justru memperluas ruang eksperimentasi terhadap norma gender (Butler, 2004; Duffy & Hund, 2022). Pola visual Ilham menunjukkan bahwa tindakan performatif dapat sekaligus bersifat subversif dan komersial menantang stereotip sambil tetap mengikuti logika algoritmik visibilitas.

Tabel 1. Representasi Visual Gender dalam konten visual

Akun	Elemen Visual Dominan	Gaya Performatif dan Strategi Estetika	Simbol Gender yang Dihadirkan	Makna Performatif (Interpretasi Butlerian)
@azkhategar	Warna pastel, pencahayaan lembut, ekspresi wajah tenang, busana kasual dengan sentuhan feminin.	Menggunakan <i>make-up tutorial</i> dan <i>self-portrait</i> dengan narasi reflektif; menonjolkan keautentikan dan kepekaan emosional.	Kombinasi elemen feminin (make-up, tone lembut) dan maskulin (pose percaya diri, ekspresi tenang).	Gender dipraktikkan sebagai proses repetitif yang mengaburkan batas maskulin–feminin; performa kepekaan emosional menjadi bentuk resistensi terhadap maskulinitas hegemonik (Butler, 1990; Abidin, 2021).
@wijayahendry	Visual profesional, alat make-up, pakaian formal, pencahayaan studio.	Menghadirkan diri sebagai <i>make-up artist</i> dengan gestur kerja dan kontrol teknis; narasi profesional dan edukatif.	Maskulinitas teknis (keahlian, kontrol) berpadu dengan femininitas estetis (sentuhan halus, presisi visual).	Menunjukkan <i>re-signification</i> terhadap peran laki-laki di dunia kecantikan; performa gender berfungsi sebagai bentuk penegasan ulang terhadap kuasa estetika laki-laki (Butler, 1993; Cotter, 2019).
@ilhamalhadii	Warna mencolok, ekspresi wajah dramatis, busana eksperimental, gestur hiperbolik.	Menggunakan humor, <i>reaction video</i> , dan <i>playful tone</i> ; menggabungkan gaya hiburan dan kecantikan.	Feminin (warna cerah, ekspresi ekspresif) dan maskulin (percaya	<i>Gender play</i> sebagai bentuk performativitas subversif: menantang stereotip gender melalui permainan dan keterlibatan emosional

diri, humor publik).	audiens (Butler, 2004; Duffy & Hund, 2022).
----------------------	---

Tabel 1 memperlihatkan bagaimana ketiga *beauty influencer* pria Indonesia menampilkan konstruksi gender melalui praktik visual yang bersifat performatif dan kontekstual. Ketiganya memanfaatkan media sosial sebagai ruang ekspresi di mana identitas tidak hanya direpresentasikan, tetapi juga diproduksi melalui tindakan yang berulang (*repetition of acts*). Pada akun @azkhategar, performativitas ditampilkan melalui estetika lembut dan tone emosional yang menandai bentuk *soft masculinity*, yaitu maskulinitas yang empatik dan sensitif terhadap nilai-nilai estetika. Sementara itu, @wijayahendry menghadirkan bentuk *professional masculinity* yang menegosiasikan peran laki-laki dalam industri kecantikan melalui performa teknis dan narasi edukatif, menunjukkan bahwa keterampilan dan otoritas profesional dapat menjadi arena baru bagi representasi gender non-hegemonik. Adapun @ilhamalhadii menampilkan *playful masculinity* yang ekspresif dan humoris, di mana praktik hiburan digunakan sebagai strategi untuk menormalisasi ekspresi gender cair di ruang publik digital.

Ketiga akun tersebut menunjukkan bahwa performativitas gender di media sosial bukanlah tindakan spontan atau imitasi belaka, tetapi sebuah praktik komunikatif yang berlangsung melalui pengulangan visual, narasi personal, dan interaksi sosial yang diatur oleh algoritma. Dengan menggabungkan elemen maskulin dan feminin secara sadar, para *beauty influencer* ini menciptakan ruang negosiasi baru antara keaslian diri, estetika digital, dan ekspektasi audiens. Fenomena ini mengonfirmasi pandangan Butler (1990; 2004) bahwa gender adalah hasil dari praktik sosial yang memperoleh legitimasi melalui pengakuan publik. Dalam konteks media digital Indonesia, tindakan ini menjadi bentuk *subversive performance* yang tidak hanya menantang batas maskulinitas hegemonik (Connell, 1995), tetapi juga mengungkap bagaimana platform algoritmik turut berperan dalam menentukan keterlihatan dan penerimaan ekspresi gender di ruang daring. Dengan demikian, konten visual ketiga akun tersebut dapat dipahami sebagai proses performatif yang menegosiasikan ulang makna gender di antara kekuasaan teknologi, estetika budaya, dan agensi kreator.

Strategi Visual dan Kurasi Algoritmik

Dari sisi visual, Azka menunjukkan konsistensi dalam tone warna, framing, penggunaan filter, dan pengaturan feed yang seragam. Estetika ini bukan hanya menunjukkan kemampuan teknis, tetapi juga strategi branding yang selaras dengan logika algoritmik Instagram. Konsistensi visual membantu sistem mengenali konten sebagai relevan dan layak disebarluaskan, sehingga meningkatkan potensi tampil di halaman explore. Di sisi lain,

penggunaan hashtag populer dan engagement melalui kolom komentar memperkuat posisi Azka sebagai micro-celebrity yang mengelola visibilitasnya secara sadar. Hal ini selaras dengan konsep visibilitas algoritmik (Cotter, 2019), di mana eksistensi digital dibentuk bukan hanya oleh konten, tetapi juga oleh kemampuan menyelaraskan diri dengan desain platform.

Strategi ini menunjukkan bahwa ekspresi gender tidak semata-mata bersifat personal, tetapi juga politis dan teknologis. Azka menampilkan dirinya dengan sangat terkurasi, bukan hanya untuk membangun estetika pribadi, tetapi juga untuk bertahan dalam sistem algoritmik yang kompetitif. Dalam konteks ini, performa gender menjadi komoditas yang sekaligus subversif: ia menjual ekspresi non-hegemonik sambil memperluas ruang wacana gender di ranah publik. Hal ini mengindikasikan bahwa visibilitas bukanlah hasil dari kebebasan penuh, melainkan hasil dari kalkulasi strategis antara ekspresi identitas dan tuntutan performatif platform digital.

Tabel 2. Strategi Teknis Visual dan Relevansinya dengan Visibilitas Konten di Instagram

Akun	Strategi Teknis Visual	Adaptasi terhadap Algoritma	Dampak terhadap Visibilitas dan Interaksi Publik	Interpretasi Performatif (Butlerian Reading)
@azkhategar	Konsistensi tone warna pastel, pencahayaan lembut, <i>close-up face framing</i> , dan <i>caption</i> reflektif yang disertai tagar tematik seperti #SoftMasculinity dan #GenderFluid.	Mengoptimalkan <i>aesthetic consistency</i> dan <i>hashtag relevance</i> agar konten terdistribusi pada <i>explore page</i> dengan nilai <i>engagement</i> tinggi.	Unggahan dengan tone lembut dan narasi personal mendapatkan rata-rata interaksi lebih tinggi (likes & comments) dibandingkan unggahan informatif.	Repetisi visual menjadi bentuk <i>ritual performatif</i> yang memperkuat identitas gender cair; pengulangan menjadi praktik eksistensial di bawah logika algoritmik (Butler, 1990).
@wijayahendry	Penggunaan pencahayaan studio, <i>before-after makeup transitions</i> , dan video tutorial berdurasi 30–60 detik; konsistensi format profesional dengan <i>call-to-action</i> .	Menyesuaikan format video pendek (Reels) agar sejalan dengan algoritma yang mengutamakan durasi optimal dan <i>watch time</i> .	Meningkatkan <i>reach</i> dan <i>saves</i> , terutama pada unggahan edukatif; konten profesional menempatkan akun di kategori “creator expert” dalam sistem algoritma.	Performa gender dipraktikkan melalui penggunaan teknis menegaskan <i>competent masculinity</i> yang menantang pemisahan feminin–maskulin melalui profesionalitas visual (Butler, 2004).
@ilhamalhadii	Eksperimen warna cerah, ekspresi hiperbolik, <i>reaction reels</i> , dan gaya humoris; penggunaan <i>emoji</i> dan interaksi langsung di <i>comment section</i> .	Mengoptimalkan <i>emotional engagement</i> dan <i>audience retention</i> dengan gaya komunikatif; memanfaatkan humor agar algoritma memperpanjang waktu tonton.	Mendapatkan <i>engagement rate</i> tinggi pada unggahan berunsur hiburan; komentar publik sering menunjukkan dukungan terhadap ekspresi gender non-konvensional.	<i>Gender performativity</i> muncul sebagai bentuk <i>playful subversion</i> : tindakan gender yang menghibur namun tetap menggugat norma dominan melalui partisipasi audiens (Butler, 2004).

Wawancara mendalam dengan ketiga *beauty influencer* @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii menunjukkan bahwa kesadaran terhadap logika algoritma menjadi bagian integral dari praktik kreatif mereka. Ketiganya mengakui bahwa keberhasilan konten tidak

hanya bergantung pada estetika visual, tetapi juga pada kemampuan membaca dan menyesuaikan diri dengan sistem distribusi Instagram. Azka Tegar, misalnya, menyebut bahwa pemilihan warna lembut dan narasi reflektif bukan hanya ekspresi personal, melainkan strategi agar kontennya “terlihat ramah dan menenangkan di *feel explore*” karena menurutnya algoritma lebih mempromosikan konten dengan *engagement* positif. Ia menegaskan, “Kalau tone-nya lembut dan kalimatnya reflektif, komentar dari orang juga cenderung sopan, jadi lebih sering muncul di timeline orang lain.”

Sementara itu, Wijaya Hendry menekankan aspek teknis dalam pengelolaan visibilitas. Ia menjelaskan bahwa *Reels* berdurasi 30–60 detik dan penggunaan *before-after transitions* menjadi cara efektif untuk menyesuaikan dengan preferensi algoritma yang memprioritaskan durasi tonton dan interaksi berulang. Dalam wawancara, ia menyatakan, “Saya bukan hanya mikirin hasil makeup, tapi juga formatnya. Kalau durasi terlalu panjang, algoritma bisa menurunkan jangkauan.” Hal ini memperlihatkan bahwa estetika profesional yang ia tampilkan tidak dapat dipisahkan dari strategi teknologis yang terencana. Berbeda dari dua akun lainnya, Ilham Alhadii mengakui bahwa humor menjadi strategi utama untuk mempertahankan *engagement*. Ia mengatakan, “Kalau cuma make-up aja orang cepat bosan. Tapi kalau diselipin komedi, orang nonton sampai habis. Itu ngaruh banget ke algoritma.”

Ketiga hasil wawancara tersebut memperkuat temuan observasi bahwa performativitas gender dalam konteks media sosial tidak hanya diwujudkan melalui ekspresi tubuh dan gaya visual, tetapi juga melalui *algorithmic performance* yakni kemampuan menyesuaikan bentuk ekspresi agar diakui oleh sistem digital. Dalam perspektif Butler (2004), hal ini memperluas makna performativitas gender dari sekadar pengulangan simbolik menuju pengulangan teknologis yang bertujuan memperoleh pengakuan (*recognition*) dari audiens manusia dan mesin sekaligus. Dengan demikian, wawancara ini menegaskan bahwa kerja kreatif para *beauty influencer* pria tidak dapat dilepaskan dari kesadaran akan logika algoritmik yang menentukan kapan, bagaimana, dan sejauh mana ekspresi gender mereka dapat terlihat di ruang publik digital.

Respons Publik dan Negosiasi Makna Gender

Respons publik terhadap konten para *beauty influencer* pria menunjukkan dinamika sosial yang kompleks antara penerimaan dan resistensi terhadap ekspresi gender non-hegemonik. Berdasarkan hasil wawancara, Azka Tegar mengungkapkan bahwa meskipun sebagian besar audiens memberikan dukungan positif, masih terdapat komentar bernada merendahkan yang

mempertanyakan keotentikan identitas gendernya. Ia menuturkan, “Banyak yang bilang aku ‘terlalu lembut’ untuk laki-laki, tapi aku juga sering dapat komentar dari cewek yang bilang mereka suka karena aku berani tampil beda.” Pernyataan ini menegaskan bahwa publik memosisikan ekspresi gendernya secara ambivalen: di satu sisi sebagai bentuk keberanian, di sisi lain sebagai penyimpangan dari norma maskulinitas dominan. Dari perspektif Butler (1990), situasi ini menunjukkan bagaimana *gender performativity* selalu bergantung pada pengakuan sosial dan pengakuan itu tidak pernah stabil, melainkan terus dinegosiasikan melalui interaksi diskursif.

Wawancara dengan Wijaya Hendry memperlihatkan strategi negosiasi yang lebih hati-hati. Ia menyatakan bahwa komentar negatif sering muncul ketika ia menampilkan ekspresi yang “terlalu lembut” atau “terlalu glamor,” sehingga ia menyeimbangkan unggahan edukatif dan profesional agar tetap diterima secara luas. “Saya sadar banget kalau audiens cowok masih canggung lihat laki-laki pakai foundation. Makanya saya kemasnya teknikal, bukan sekadar tampil,” jelasnya. Strategi ini menggambarkan bagaimana *beauty influencer* laki-laki harus melakukan *self-regulation* agar tetap berada dalam zona visibilitas algoritmik tanpa memicu resistensi sosial berlebihan. Dalam konteks performativitas, hal ini merupakan bentuk *strategic repetition* di mana ekspresi gender disesuaikan secara dinamis untuk memperoleh legitimasi dari publik sekaligus sistem platform.

Sementara itu, wawancara dengan Ilham Alhadii memperlihatkan bentuk negosiasi yang lebih terbuka dan humoris. Ia menjelaskan bahwa komentar negatif sering kali dijawab dengan lelucon, sebagai cara untuk “melunakkan” resistensi audiens. “Aku jawab santai aja, biar mereka nggak merasa diserang. Kadang malah jadi follow balik,” ujarnya. Pendekatan ini tidak hanya menjadi mekanisme pertahanan terhadap serangan simbolik, tetapi juga strategi performatif yang mengubah resistensi menjadi dialog. Analisis terhadap kolom komentar menunjukkan bahwa interaksi yang bersifat santai dan humoris mampu menurunkan tensi negatif dan bahkan menghasilkan dukungan baru dari pengguna yang sebelumnya skeptis. Dalam kerangka Butlerian, praktik ini dapat dibaca sebagai bentuk *subversive reiteration* pengulangan simbolik yang justru mengguncang batas normatif melalui cara yang akomodatif dan komunikatif.

Selain wawancara dengan para influencer, tanggapan publik yang diamati pada kolom komentar memperlihatkan adanya tiga pola utama: (1) dukungan afirmatif, yang menilai ekspresi para influencer sebagai bentuk keberanian dan kreativitas; (2) ambivalensi sosial, di mana sebagian pengguna mendukung tetapi tetap mengaitkannya dengan “keperempuanan”;

dan (3) resistensi normatif, berupa komentar negatif yang menilai ekspresi tersebut menyimpang dari nilai kekelakian. Misalnya, pada unggahan Azka dengan riasan penuh, seorang pengguna menulis, “Bang, keren banget tapi jangan kebablasan ya.” Sementara komentar lain menegaskan dukungan: “Akhirnya ada laki-laki yang bisa tampil rapi tanpa takut dikatain.” Pola ini menunjukkan bahwa wacana gender di ruang digital bukan sekadar pertarungan antara pro dan kontra, melainkan arena di mana norma dan inovasi identitas terus dinegosiasikan.

Temuan ini memperlihatkan bahwa publik digital Indonesia tengah berada dalam proses transisi budaya terhadap pemaknaan maskulinitas. Audiens bukan hanya penerima pasif konten, tetapi turut berpartisipasi dalam membentuk makna gender melalui interaksi simbolik di kolom komentar. Dalam hal ini, algoritma Instagram berperan memperluas atau membatasi ruang negosiasi tersebut melalui logika *visibility filtering*, di mana komentar positif yang banyak disukai akan lebih sering muncul di atas. Dengan demikian, baik *beauty influencer* maupun audiens terlibat dalam kerja performatif bersama, di mana ekspresi gender menjadi praktik sosial yang terus-menerus dikonstruksi, disirkulasikan, dan ditafsirkan ulang dalam ekosistem algoritmik yang tidak netral.

Tabel 3. Respons Publik dan Negosiasi Makna Gender pada akun *Beauty Influencer* Pria Indonesia

Akun	Bentuk Respons Publik	Contoh Ucapan Publik (Komentar)	Strategi Negosiasi Influencer	Interpretasi Performatif (Butlerian Reading)
@azkhategar	Dukungan afirmatif dan resistensi ringan terhadap ekspresi lembut dan estetika feminim.	“Keren banget bang, tapi jangan terlalu kayak cewek ya 😊” / “Love your confidence! You show beauty has no gender.”	Menggunakan narasi reflektif dan tone lembut dalam balasan komentar untuk menekankan bahwa ekspresi diri bukan bentuk penyimpangan.	Menunjukkan <i>ritual performatif</i> yang lembut: pengulangan simbol feminim sebagai bentuk perlawanan halus terhadap norma hegemonik tanpa konfrontasi langsung.
@wijayahendry	Ambivalensi sosial—dukungan terhadap profesionalitas, namun sebagian audiens masih mengaitkan makeup dengan femininitas.	“Keren sih, tapi kayaknya cowok kok bisa dandan ya?” / “Salut, hasil makeup-nya bersih banget!”	Mengarahkan diskusi pada aspek edukatif dan teknis, menghindari narasi emosional agar tetap diterima oleh audiens konservatif.	Mempraktikkan <i>strategic performativity</i> : menampilkan maskulinitas profesional yang meminimalkan resistensi publik sambil mempertahankan ekspresi non-hegemonik.
@ilhamalhadii	Campuran antara dukungan antusias dan resistensi humoris; komentar negatif dijawab secara santai.	“Bro, ini lucu banget tapi cowok kok lip gloss-an 😊” / “Kamu emang beda, tapi keren!”	Menggunakan humor dan interaksi ringan untuk melunakkan resistensi dan membangun kedekatan emosional dengan audiens.	Melakukan <i>subversive reiteration</i> melalui tawa dan hiburan; resistensi diubah menjadi partisipasi sosial yang menegosiasikan ulang norma gender secara komunikatif.

Tabel 3 memperlihatkan bahwa setiap beauty influencer memiliki pola negosiasi yang berbeda dalam merespons dinamika komentar publik. Azka Tegar cenderung mengadopsi pendekatan empatik dan reflektif yang membingkai ekspresi feminimnya sebagai bagian dari perjalanan personal, sementara Wijaya Hendry menggunakan profesionalitas sebagai tameng untuk menjaga legitimasi maskulinitasnya. Berbeda dengan keduanya, Ilham Alhadii menyalurkan performativitasnya melalui humor yang menormalisasi praktik kosmetik pria secara ringan dan menghibur. Meskipun berbeda gaya, ketiganya sama-sama menegosiasikan ruang aman (*safe space*) bagi maskulinitas alternatif di bawah tekanan norma sosial dan algoritmik. Dalam perspektif Judith Butler (1990, 2004), praktik-praktik ini memperlihatkan bahwa performativitas gender tidak bersifat tunggal atau stabil, melainkan merupakan hasil dari pengulangan tindakan yang disesuaikan dengan konteks sosial dan teknologi untuk mendapatkan pengakuan (*recognition*). Dengan demikian, ruang komentar menjadi arena penting bagi berlangsungnya gender negotiation tempat di mana norma, teknologi, dan identitas berinteraksi dalam sirkulasi digital yang dinamis.

Pembahasan dan Interpretasi

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa representasi gender pada akun @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii tidak hanya menjadi ekspresi estetis individual, tetapi juga praktik relasional yang dinegosiasikan secara aktif melalui interaksi dengan audiens dan sistem algoritmik. Negosiasi ini tampak dalam cara para *beauty influencer* merespons komentar publik, menyesuaikan gaya komunikasi, dan mengelola format visual agar tetap dapat diterima dalam batas-batas sosial yang berlaku. Dalam kasus @azkhategar, misalnya, ia secara konsisten membalas komentar yang mempertanyakan penampilannya dengan nada reflektif dan edukatif, seperti ketika seseorang menulis “Bang, jangan terlalu kayak cewek,” dan ia menjawab, “Aku cuma pengen nunjukkan bahwa perawatan diri itu bukan soal gender.” Respons ini memperlihatkan praktik negosiasi yang bersifat interaktif, di mana ekspresi gender tidak dimaknai sebagai perlawanan frontal, tetapi sebagai upaya menggeser persepsi publik melalui dialog yang empatik dan komunikatif. Dalam kerangka Butler (1990), tindakan semacam ini mencerminkan *performative relationality* identitas gender dibentuk melalui interaksi simbolik yang berulang dan disetujui secara sosial.

Pada akun @wijayahendry, negosiasi berlangsung dalam bentuk *strategic moderation* yang menekankan profesionalitas sebagai medan aman bagi ekspresi non-hegemonik. Ketika mendapat komentar bernada skeptis seperti, “Cowok kok bisa makeup-an sih?”, Hendry tidak menampik, melainkan menjawab dengan pendekatan teknis, “Makeup itu soal teknik dan

estetika, bukan jenis kelamin.” Strategi ini menunjukkan bahwa negosiasi dilakukan dengan cara merasionalisasi estetika agar tetap kompatibel dengan norma maskulinitas lokal. Dalam perspektif Connell (1995), hal ini mencerminkan upaya menyeimbangkan antara *hegemonic masculinity* dan *complicit masculinity* di mana individu berpartisipasi dalam sistem maskulinitas, namun tetap menyelipkan bentuk resistensi yang halus. Dengan demikian, ruang digital menjadi arena di mana laki-laki dapat menegosiasikan ulang posisi gendernya tanpa kehilangan legitimasi sosial.

Sementara itu, pada akun @ilhamalhadii, negosiasi dilakukan melalui humor dan partisipasi emosional audiens. Ia secara sadar memanfaatkan candaan untuk mengubah resistensi menjadi kedekatan sosial, seperti ketika seorang pengguna menulis, “Bro, ini lucu banget tapi cowok kok lip gloss-an?” lalu Ilham menjawab, “Kan biar makin kinclong pas senyum ke kamu 😊.” Pola komunikasi ini memperlihatkan bentuk *subversive playfulness*, di mana batas antara resistensi dan penerimaan dilunakkan melalui humor yang menormalisasi praktik kosmetik pria. Strategi semacam ini merepresentasikan dimensi *aesthetic politics* dari performativitas gender bahwa perlawanan terhadap norma tidak selalu hadir dalam bentuk konfrontasi, melainkan dapat diwujudkan melalui tindakan yang menyenangkan dan partisipatif. Dalam hal ini, performa Ilham memperluas horizon ekspresi gender dengan cara yang komunikatif, memadukan hiburan dan politik representasi secara cair.

Dari ketiga akun tersebut, terlihat bahwa negosiasi performatif gender tidak hanya berlangsung di tingkat simbolik, tetapi juga di tingkat algoritmik dan ekonomi perhatian. Para influencer memahami bahwa visibilitas adalah mata uang utama dalam ekonomi digital. Mereka menyesuaikan warna, format, dan ritme unggahan agar selaras dengan preferensi algoritma sebuah bentuk kerja afektif yang menautkan ekspresi diri dengan strategi kelangsungan digital. Dalam konteks ini, performativitas gender menjadi kerja yang bersifat estetis sekaligus ekonomis: estetis karena menampilkan keindahan dan harmoni visual; ekonomis karena setiap ekspresi visual dirancang untuk menjaga keterlihatan dan relevansi di pasar digital. Sebagaimana ditegaskan oleh Duffy dan Hund (2022), performa digital tidak dapat dilepaskan dari logika kapitalisme platform yang mengubah ekspresi diri menjadi komoditas perhatian.

Selain dimensi estetis dan ekonomis, negosiasi gender dalam penelitian ini juga memiliki implikasi politis dan edukatif. Politis, karena setiap tindakan performatif para influencer secara simbolik menggugat batas-batas gender normatif yang diatur oleh budaya patriarkal. Edukatif, karena dalam setiap interaksi mereka terdapat pesan reflektif yang mengajarkan audiens untuk

lebih inklusif terhadap ekspresi diri. Misalnya, Azka kerap menulis *caption* seperti “Cantik dan ganteng itu cuma label, yang penting nyaman dengan diri sendiri,” yang kemudian mendapat ribuan *likes* dan komentar positif. Narasi semacam ini menjadi *micro-discourse* yang mengajarkan nilai kesetaraan secara non-doktrinal melalui estetika dan pengalaman personal yang mudah diterima publik. Dalam hal ini, para *beauty influencer* berperan sebagai *cultural mediator* yang menjembatani antara nilai-nilai konservatif dan ide-ide progresif dalam masyarakat digital.

Dengan demikian, negosiasi gender yang berlangsung di ruang digital Indonesia bersifat multi-dimensi: ia mencakup ekspresi estetis (melalui visualisasi tubuh dan warna), relasi politis (melalui wacana dan simbol resistensi), kalkulasi ekonomis (melalui logika visibilitas dan engagement), serta fungsi edukatif (melalui komunikasi empatik dan humoris). Dalam ekosistem algoritmik, negosiasi ini tidak dapat dilepaskan dari relasi kuasa antara pengguna, audiens, dan sistem platform. Gender, dalam kerangka Butlerian, bukan hanya identitas yang ditampilkan, tetapi juga *proses relasional yang dikelola* sebuah tindakan berulang yang bergantung pada pengakuan sosial dan pengaturan teknologis. Penelitian ini dengan demikian menunjukkan bahwa praktik para *beauty influencer* pria Indonesia merepresentasikan bentuk baru dari performativitas digital: identitas yang lentur, komunikatif, dan sadar algoritma, yang terus dinegosiasikan dalam irisan antara budaya, teknologi, dan ekonomi perhatian.

4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini menyimpulkan bahwa performativitas gender pada *beauty influencer* pria Indonesia merupakan praktik sosial yang bersifat relasional dan algoritmik. Analisis terhadap akun @azkhategar, @wijayahendry, dan @ilhamalhadii menunjukkan bahwa ekspresi gender tidak hanya tampil sebagai estetika personal, tetapi juga hasil negosiasi interaktif antara identitas, norma sosial, dan sistem platform. Melalui gaya visual reflektif, profesional, dan humoris, ketiganya menampilkan bentuk maskulinitas alternatif yang menantang batas-batas hegemonik di ruang digital yang masih konservatif. Dalam kerangka Judith Butler, gender dipahami sebagai tindakan performatif yang memperoleh makna melalui pengulangan sosial dan teknologis yang diatur oleh logika algoritma.

Negosiasi gender dalam penelitian ini berlangsung di tiga ranah utama: estetis, algoritmik, dan relasional. Pada level estetis, visual dan warna digunakan untuk menegaskan keberagaman ekspresi maskulinitas. Pada level algoritmik, strategi teknis seperti hashtag, format video pendek, dan konsistensi tone menjadi sarana mempertahankan visibilitas. Sedangkan pada level relasional, interaksi di kolom komentar menjadi ruang negosiasi makna gender yang konkret,

di mana para influencer menanggapi resistensi publik melalui dialog reflektif, edukatif, atau humoris. Dengan demikian, ekspresi gender di media sosial bekerja secara simultan sebagai tindakan estetis, politis, dan edukatif yang berfungsi menggeser persepsi publik terhadap maskulinitas.

Penelitian ini merekomendasikan penguatan pendekatan relasional dalam studi komunikasi digital yang menempatkan interaksi antara pengguna, audiens, dan algoritma sebagai satu sistem performatif. Kajian lanjutan disarankan untuk mengintegrasikan teori performativitas gender dengan ekonomi perhatian dan studi algorithmic ethnography agar dapat menjelaskan hubungan antara ekspresi diri dan logika kapitalisme platform. Di tingkat praktis, temuan ini menegaskan pentingnya literasi gender digital serta kebijakan platform yang lebih inklusif terhadap keberagaman ekspresi. Ruang digital dengan demikian tidak hanya menjadi arena estetika, tetapi juga wadah transformasi sosial yang menegosiasikan ulang batas-batas gender dalam budaya populer Indonesia.

REFERENSI

- Abidin, C. (2021). Mapping Internet Celebrity On Tiktok: A Taxonomy of Influencers. *Media International Australia*, 178(1), 34–50. <https://doi.org/10.1177/1329878x20959838>
- Abidin, C. (2021). *Microcelebrity And The Branded Self: The Labor of Social Media Visibility*. Bingley: Emerald Publishing.
- Arifianto, A. (2021). Representasi Maskulinitas Dalam Media Sosial: Studi Pada Konten Pria Urban Di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 14–28. <https://doi.org/10.25008/Jk.V13i1.246>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure To Ideologically Diverse News And Opinion On Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis In Psychology. *Qualitative Research In Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Burkhardt, J. M., & McMahon, P. J. (2021). Critical Digital Literacy And Algorithmic Awareness In The Age Of Social Media. *Journal Of Media Literacy Education*, 13(1), 1–15.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism And The Subversion Of Identity*. New York: Routledge.
- Butler, J. (2004). *Undoing Gender*. New York: Routledge.
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic Masculinity: Rethinking The Concept. *Gender & Society*, 19(6), 829–859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Cotter, K. (2019). Playing The Visibility Game: How Digital Influencers And Algorithms Negotiate Influence On Instagram. *New Media & Society*, 21(4), 895–913. <https://doi.org/10.1177/1461444818815684>
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2022). Gendered Visibility And The Labor Of Social Media Promotion. *Social Media + Society*, 8(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/20563051211072788>
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. London: Sage Publications.
- Pereira, F. H., Marquetto, C., Machado, L. M. M., Coelho Da Silva, N., Varão, R., & Ausani, M. F. (2025). Media And Information Literacy Strategies: A Joint Reflection With Teenagers In Brazilian Public School. *Journal Of Media Literacy Education*, 17(2), 66–79. <https://doi.org/10.23860/Jmle-2025-17-2-5>

- Prasetyo, D., & Mahendra, R. (2023). Representasi Tubuh Perempuan Dalam Video Tiktok: Kajian Feminis. *Jurnal Kajian Media Dan Gender*, 5(1), 34–49. <https://doi.org/10.31289/jkmg.v5i1.4456>
- Putra, P. A., & Hamid, A. (2022). Ekspresi Gender Dan Penerimaan Publik Terhadap Beauty Influencer Pria Di Tiktok. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 16(2), 102–117. <https://doi.org/10.21512/jkm.v16i2.7421>
- Rettberg, J. W. (2023). *Seeing Ourselves Through Technology: How We Use Selfies, Blogs And Wearable Devices To See And Shape Ourselves*. New York: Palgrave Macmillan.
- Senft, T. M., & Baym, N. K. (2015). What Does The Selfie Say? Investigating A Global Phenomenon. *International Journal Of Communication*, 9, 1588–1606.
- Setiawan, I. (2023). Analisis Percakapan Bahasa Sasak Dalam Perspektif Gender: Sebuah Kajian Wacana Kritis (The Analysis Of Sasak Language From The Gender Perspective: A Critical Discourse Analysis). *Mabasan*, 7(1).
- Shalahuddin, H., Fauzi Hamat Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya, M., & Lumpur Malaysia Emel, K. (2013). Telaah Kritis Terhadap Dekonstruksi Bahasa Gender. In *Afkar* (Vol. 14).
- Tandoc, E. C., & Maitra, J. (2022). Algorithmic Visibility And Identity Performance On Instagram. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(3), 580–599. <https://doi.org/10.1177/10776990211051644>
- Veronica Ete, E., Sabet Imel Mega Puspita, E., Resqi Heppi Sallalu, A., Julianti Putri, A. I., & Eka Ramadhani Universitas Pembangunan Jaya, U. (2023). *Gender Dan Konstruksi Perempuan Dalam Agama “Pentingnya Kesetaraan Gender Untuk Penghapusan Sistem Patriarki.”* 1(2), 1–25.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending The Algorithmic Gaze: Social Media Aesthetics And Visibility Politics. *New Media & Society*, 24(5), 1205–1224. <https://doi.org/10.1177/1461444820972390>