



## ABSTRACT

Beauty and makeup are no longer considered as exclusively suitable for women these days. The old standard of beauty is shifted. Male beauty influencers are gaining popularity and recognition, especially in Western countries like the United States. Their success inspires male beauty influencers from other countries, including Indonesia. Some names popped out on social media, like YouTube and Instagram, despite the belief that beauty is not a thing for men still lingers among the Indonesians. Thus, raising questions whether there are any impacts that the American beauty influencers give to the Indonesian male beauty influencers in making content as a product of a globalized shifting beauty standard. In addition, this research also tried to see how those male beauty influencers project their image in a more feminine way or still maintaining masculinity. Observations on the male beauty influencers' social media were done to uncover the answer to the aforementioned issues. The research was conducted under the transnational approach and employed cultural study, globalization, and gender theories to achieve these objectives. The primary data were taken from four American-based male beauty influencers (James Charles, Victor Ramos, Jeffree Star, and Bretman Rock) and Indonesian male beauty influencers (Jovi Adhiguna Hunter, Andreas Lukita, Endi Feng, and Richard Leo). The research led to the findings that the negative stigmas and stereotypes started to disappear from society as the globalization era has begun and the news is accessible to all the people around the world. These things have so much impact on the Indonesian male beauty influencers, especially how the people accept them as androgyny men and make them start to create their name on the social media and influencers business. The research also found that old stereotypes and images can no longer be applied to them. Most of these male beauty influencers emphasize that clothes and makeup are not related to one particular gender, and people could be both feminine and masculine.

**Keywords:** *male beauty influencers, beauty standard, globalization, social media*



## INTISARI

Kecantikan dan makeup tidak lagi diperuntukkan secara eksklusif untuk perempuan saat ini karena standar kecantikan yang lama telah bergeser. Beauty influencer laki-laki mulai mendapatkan popularitas dan pengakuan, terutama di negara-negara Barat seperti Amerika Serikat. Kesuksesan mereka menginspirasi para beauty influencer laki-laki dari negara lain, termasuk Indonesia. Meskipun di Indonesia masih ada pemikiran bahwa kecantikan bukanlah bidangnya laki-laki, beberapa nama bermunculan di media sosial, seperti YouTube dan Instagram. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah ada dampak yang diberikan beauty influencer Amerika kepada beauty influencer laki-laki Indonesia dalam pembuatan konten sebagai produk dari pergeseran standar kecantikan yang mengglobal. Selain itu, penelitian ini juga mencoba untuk melihat bagaimana para beauty influencer laki-laki tersebut memproyeksikan citranya, apakah lebih feminin atau tetap mempertahankan maskulinitas mereka. Pengamatan di media sosial para beauty influencer laki-laki tersebut dilakukan untuk mengungkap jawaban atas permasalahan yang telah disebutkan. Penelitian dilakukan dengan pendekatan transnasional dan menggunakan teori kajian budaya, globalisasi, dan gender. Data primer diambil dari empat beauty influencer laki-laki asal Amerika (James Charles, Victor Ramos, Jeffree Star, dan Bretman Rock) dan beauty influencer laki-laki asal Indonesia (Jovi Adhiguna Hunter, Andreas Lukita, Endi Feng, dan Richard Leo). Hasil penelitian menemukan bahwa stigma dan stereotipe negatif mulai menghilang dari masyarakat seiring dengan dimulainya era globalisasi dan dapat diaksesnya berita dari negara Barat oleh semua orang di seluruh dunia. Hal-hal tersebut berdampak besar bagi para beauty influencer laki-laki Indonesia, terutama dalam melihat penerimaan masyarakat terhadap mereka sebagai laki-laki androgini dan membuat mereka mulai melejit di bisnis sosial media dan influencer. Penelitian juga menemukan bahwa stereotip dan pemikiran kuno tentang gender, jenis kelamin, dan kecantikan tidak lagi dapat diterapkan pada mereka. Sebagian besar beauty influencer laki-laki ini menekankan bahwa pakaian dan makeup tidak bisa dikotak-kotakkan dalam jenis kelamin tertentu karena semua orang bisa jadi feminin dan maskulin secara bersamaan.

**Kata kunci:** beauty influencer pria, standar kecantikan, globalisasi, media sosial