

Table Of Content

Journal Cover 2

Author[s] Statement 3

Editorial Team 4

Article information 5

 Check this article update (crossmark) 5

 Check this article impact 5

 Cite this article 5

Title page 6

 Article Title 6

 Author information 6

 Abstract 6

Article content 7

Academia Open

Vol 9 No 1 (2024): June

DOI: 10.21070/acopen.9.2024.4670 . Article type: (Communication)

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Makeup as a Form of Self-Representation: Queer Beauty Vlogger

Makeup sebagai Bentuk Representasi Diri: Queer Beauty Vlogger

Devi Loveitha, devilovita412@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Poppy Febriana, poppyfebriana@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This qualitative research explores makeup as a form of self-representation by queer beauty vlogger Deta Cahyaa. Applying Roland Barthes' semiotic theory, the study focuses on denotation, connotation, and myth concepts. Utilizing additional insights from Stuart Hall's Representation theory, the research employs an intensional approach to understand the nuances of makeup representation by queer beauty vlogger Deta Cahyaa in his YouTube channel. Through observational and documentary methods, the analysis reveals that queer representation in makeup has evolved beyond societal myths, transforming into a professional representation rather than reinforcing traditional stereotypes. The findings, illustrated through videos titled "Tutorial Makeup Dragon Makeup Halloween" and "Serum Foundation Pixy Makeup Going Out," contribute to reshaping perceptions surrounding makeup artists within the queer community. This study sheds light on the broader implications of makeup as a non-gender-bound profession.

Highlights :

- Deta Cahyaa's YouTube Channel: Explore makeup representation by queer beauty vlogger Deta Cahyaa.
- Semiotic Analysis: Apply Roland Barthes' semiotic theory to dissect denotation, connotation, and myth in makeup representation.
- Evolution of Queer Representation: Examine how makeup transcends societal myths, transforming into a professional representation beyond gender stereotypes.

Keywords: Makeup, Queer Representation, Semiotics, Beauty Vlogger, Gender Neutrality

Published date: 2024-01-04 00:00:00

Pendahuluan

Makeup pertamakali di gunakan pada peradaban Sumeria sekitar 1000 hingga 2500 sebelum masehi. Bangsa sumeria memperkenalkan *makeup* dengan menggunakan serangga bernama *Cochineal* yang berwarna merah karmin. Serangga ini dihancurkan sehingga menghasilkan warna merah yang di aplikasikan ke bibir. Ada pula terbentuknya *makeup* pada tahun 3150 sebelum masehi, bangsa mesir kuno memperkenalkan eyeliner yang terbuat dari *almond* yang dibakar, tembaga yang diosidasi, timah, abu dan tanah liat berguna untuk mata terlihat cantik dan mencegah infeksi mata[1]

Umumnya *makeup* banyak di gunakan oleh wanita, akan tetapi dalam jurnal [2] fenomena laki-laki yang turut menggunakan *makeup* bukanlah menjadi suatu hal baru lagi. Hal seperti ini sudah ada pada zaman sejarah kuno, yang mana cikal-bakal terbentuknya *makeup* yaitu cat wajah yang di pergunakan oleh laki-laki untuk bertahan hidup pada masanya. Dan jika bisa di korelasikan pada era masa kini pun, fungsi *makeup* berubah dari yang awalnya banyak di gunakan oleh wanita, tetapi laki-laki pun merepakanya juga untuk mendapatkan keindahan dan menunjang bentuk penampilan pada suatu acara.

Pada dasarnya *makeup* memiliki beberapa fungsi yang perlu diketahui. Yakni fungsi fisik pada *makeup* menonjolkan agar tampilan fisik kita menjadi lebih indah. Ada pula fungsi *seduction* dan *camouflage*, fungsi dari *seduction*, jika orang itu menilai tampilan wajahnya masih terlihat menarik saat menggunakan dan tanpa menggunakan *makeup*, maka orang ini disebut *seduction*. Beda halnya dengan *camouflage*, biasanya orang tersebut merasa wajahnya lebih indah pada saat menggunakan *makeup* dibanding saat tidak menggunakan *makeup* sama sekali. [3] dapat disimpulkan bahwa fungsi *makeup* itu sendiri memiliki kegunaan yang berbeda-beda tergantung dari masing-masing individu yang memakainya.

Belakangan ini fenomena pria penata rias / pria *makeup* menjadi suatu hal yang tidak asing lagi. Bahkan perkembangan pria penata rias di indonesia mulai berkembang pada tahun 2000an. Data ini juga di perkuat oleh [4] dalam penelitiannya berdasarkan observasi peneliti perkembangan pria penata rias di kota Pekanbaru meningkat 25% setiap tahunnya. Ditandai dengan banyaknya *make up studio* yang bermunculan dan gencarnya media sosial Instagram pria penata rias yang mempromosikan hasil riasanya untuk meramaikan dunia tata rias, dan sering diadakanya seminar ataupun *Beauty workshop* sehingga keberadaan pria penata rias semakin bertambah. juga profesi *Makeup artist* di Indonesia kini sangat banyak sekali. dan data dari [5] di Pekanbaru dapat ditemui pria yang bekerja sebagai penata rias, seperti adanya *makeup studio* (Indra wahyudi, jalan Riau) *Makeup studio* (Juan bantari, jalan tanjong batu) *Makeup Studio* (Gunawan Wibisono, jalan parit indah) *Makeup Studio* (Sultan Alayub, jalan kasah), *Makeup Studio* (Yudi Riyanto, jalan inpres), *Makeup Studio* (Nofiandi, jalan delima). Adapun data sebagai penguat dalam jurnal ini yaitu pada akun youtube @detacahyaa. Yangmana deta ini seorang *makeup* laki-laki atau biasa disebut dengan *beauty vlogger* laki-laki yang mengenalkan beberapa tutorial *makeup* dan mendapatkan banyaknya penonton di channel youtubanya. Seperti contoh pada video "Tutorial *makeup* tari bali putri" medapatkan 2,896 ribu penonton pada tahun 2019. Dana di video "Tutorial *makeup* ala-ala pilek" mendaptkan 296 kali telah ditonton pada tahun 2019. dan terkahir pada video "serum foundantion pixy, *makeup* keluar rumah" telah di tonton sebanyak 696 kali ditonton pada tahun 2020.

Tidak dipungkiri bahwa pada era milenial masa kini, banyak bermunculan istilah penyimpangan orientasi seksual yang tidak lazim dikalangan masyarakat. dengan hadirnya ruang public yang semakin marak di kalangan milenial, mejadikan wadah bagi mereka yang merasa berbeda untuk menunjukkan jati dirinya Karena didunia nyata, mereka masih mendapatkan penolakan, kekerasan maupun adanya diskriminasi yang mana mereka kesulitan untuk membuka diri mereka pada kalangan masyarakat. Maka dari itu, adanya ruang public virtual menjadikan sebuah jalan alternatif bagi mereka untuk mengespresikan dirinya. Salah satunya seperti mereka yang piawai dalam bermakeup dengan maksud untuk menunjukkan pada masyarakat, bahwa mereka masih memiliki bakat yang apik untuk ditunjukkan. Dengan dukungan oleh *Queer studie* yaitu serangkaian gagasan yang berakar pada anggapan bahwa identitas bersifat tidak tetap dan stabil juga tidak menentukan siapa diri kita. Dalam [6] *queer* secara mendalam menolak adanya golongan oposisi biner (membagi dan terbagi) yang mencakup kelompok-kelompok lebih cair juga lebih memilih meuniversalkan daipada meminoritaskan. Dapat disimpulkan bahwa *Queer studie* muncul untuk melawan adanya pendekatan studi gay dan juga lesbian. Studi *Queer* ini masuk untuk menggebrak adanya kelompok oposisi biner, dan *Queer* tidak setuju dengan adanya konsep terbagi dan dibagi. Teori *Queer* jauh lebih netral dibandingkan studi *Lgbt* menurut [7].

Fenomena seperti ini sedang ramai diperbincangan pada kalangan masyarakat. seperti pada hal nya model citayem fashion week atau disebut dengan model citayem yang memang sedang marak-maraknya. Dalam model tersebut juga banyak penyimpangan gender yang sudah berani tampil pada *public*, padahal dahulu kaum penyimpangan gender ini selalu sembunyi dan tidak berani untuk menunjukkan jati dirinya karena ada stigma masyarakat yang menganggap penyimpangan gender adalah suatu hal tabu dan tidak normatif.

Mengenai hal tersebut banyak anak muda yang berani dalam merepresentasikan suatu tanda ataupun makna yang ingin disampaikan. Menurut [8] Representasi sendiri ialah hasil pemaknaan dengan menggunakan Bahasa. ada dua pengertian dalam Reperesentasi, yakni Representasi mental mengenai konsep tentang sesuatu yang ada dikepala kita masing-masing individua tau bisa disebut dengan peta konseptual. Kedua ada Reprsentasi Bahasa, dimana Representasi ini berperan penting dalam Konstruksi makna. Dunia digital khususnya *platform* youtube untuk era

sekarang ini semakin banyak konten kreator yang saling unjuk kemampuan agar bakatnya tersalurkan melalui platform tersebut. Semua yang saling unjuk bakat tidak memandang dari segi umur dan gender. Semua saling berlomba untuk membuat konten yang menarik dan sesuai target dalam konten. Menurut [9] *Beauty Vlogger* yaitu orang yang membuat dan mengunggah video berisi seputar kecantikan. Arti dari kecantikan di sini ialah yang berkaitan seperti *makeup*, *skincare* maupun alat kecantikan yang sering di gunakan. Berbicara mengenai *Beauty vlogger*, pastinya terdapat ciri khas tersendiri dari masing-masing konten individu yang mereka bawakan. Termasuk beberapa *Beauty Vlogger* laki-laki dunia dari Amerika seperti James Charles, di Indonesia ada *Beauty vlogger* dan selebgram seperti Ivan Gunawan. Dari Ivan Gunawan, merambat ke *Beauty vlogger* laki-laki daerah Jawa Timur yaitu Detacahyaa. Deta me Deta merupakan seorang *Beauty vlogger* asal Bangil Pasuruan Jawa Timur. Deta memulai perjalanan sebagai seorang *Beauty vlogger* pada tahun 2019. Deta mempunyai keunggulan pada bidang *makeup* karakter yang sangat unik. Keahlian *makeup* karakter yang ditampilkannya memang sangat *iconic*. Dari mulai *makeup* sapi sampai adanya tutorial *makeup* sehari-hari, yang Deta bawakan di dalam isi konten YouTube-nya. Deta mempunyai pengikut di akun YouTube-nya sebanyak 253 pengikut dengan 28 video *makeup* karakter dan juga *makeup daily* yang diunggah.

Berangkat dari adanya latar belakang yang telah peniliti paparkan diatas, maka peneliti ingin mencoba melakukan studi kasus pada *Make up*, yang berjudul **“*Make up sebagai bentuk Representasi diri bagi Queer beauty vlogger*”**.

Metode

Dalam metodologi penelitian ini, menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan data yang akan diuraikan berupa kata - kata secara tertulis maupun lisan dari informasi yang akan diamati. Menurut [10] Penelitian kualitatif menekankan pada *quality* ataupun hal terpenting yang berupa kejadian, fenomena, dan gejala sosial, yang nantinya dapat dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori. Peneliti memilih analisis semiotika Roland Barthes yang menjadi alat untuk membedah dari penelitian ini. Melalui adanya penggunaan analisis semiotik, alat ini merupakan bentuk dari teknik penelitian untuk membongkar mitos tentang *makeup*. Subjek penelitian yaitu Detacahyaa seorang *Beauty vlogger* laki-laki. Objek pada penelitian ini adalah melihat *“Makeup sebagai bentuk Representasi diri Queer Beauty Vlogger”*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan observasi dan juga dokumentasi. Mengumpulkan objek penelitian *makeup* sebagai bentuk representasi diri *queer beauty vlogger*. Dengan tujuan mengidentifikasi beberapa scene video yang ada di YouTube @detacahyaa yang mengandung unsur tanda ke *Queeran* dari adanya video Tutorial *Makeup* dan didukung mencari literasi-literasi yang relevan dengan penelitian saat ini.

Hasil dan Pembahasan

Makeup yang di Representasikan oleh *Queer beauty vlogger* menjadi objek pilihan peneliti sebagai bentuk penelitian. Yangmana menurut [11] *Makeup* sendiri di definisikan sebagai bentuk dari teknik polesan yang di aplikasikan pada wajah. Sehingga wajah pun terlihat semakin menarik dengan adanya sentuhan warna dari hasil kosmetik tersebut. Seperti dari adanya *lipstick*, *mascara*, *eyeliner*, *eyeshadow*, *highlighter*, dan juga *blush on* yang berguna untuk menunjang keindahan pada wajah. Memang *makeup* banyak digunakan pada wanita, tetapi jika berkaca pada zaman Mesir kuno sekitar 10.000 sebelum masehi. Laki-laki pada zaman Mesir kuno saat itu memakai *makeup* guna untuk merawat tubuhnya dan menjadikan sebagai bentuk kamuflase dari binatang buas. Kaum laki-laki bangsa Mesir kuno juga memakai minyak wangi serta obat oles yang berguna untuk membersihkan tubuhnya. Hal semacam ini berguna untuk melembutkan kulit dan menghilangkan bau badan mereka [12]. Jika di kaitkan dengan adanya trend masa kini, terdapat fenomena dimana laki-laki jauh lebih piawai dalam mengaplikasikan *makeup*. Laki-laki yang terampil dalam bidang *makeup* biasa dipanggil dengan sebutan pria cantik. Dengan suatu bakat yang menurutnya istimewa. Dalam hal ini adapun studie yang menunjang dalam keanehan fenomena yang sedang marak dalam khalayak. Yaitu *Queer studie*. *Queer* adalah seseorang yang tidak mau dikategorikan sebagai gender yang bisa dipasangkan. Contohnya seperti laki-laki dan perempuan, homoseksual dan heteroseksual. Intinya *queer* tidak mau diberi label berdasarkan identitas seksual yang mereka pilih. [13]. Bahkan David Halperin dalam [7] mengatakan *queer* sebagai hal yang tidak normatif jika dikaitkan dengan sesuai norma yang berkembang dimasyarakat. Tidak ada suatu yang menonjol ataupun khusus yang dapat ditunjukkan oleh individu tersebut. *Queer* muncul pada era tahun 1910 sampai dengan 1920an. Nama *Queer* digunakan pada kelompok masyarakat AS untuk membedakan antara pria [1] atau wanita normal, dengan mereka yang merasa berbeda. Seseorang di sebut sebagai seorang *queer* saat orang tersebut masih dalam proses pencarian orientasi ataupun identitas seksualnya.

Fenomena seperti ini sedang ramai diperbincangkan pada kalangan masyarakat. seperti pada hal nya model *citayem* fashion week atau disebut dengan model *citayem* yang memang sedang marak-maraknya. Dalam fashion model tersebut juga banyak penyimpangan gender yang sudah berani tampil pada *public*, padahal dahulu kaum penyimpangan gender ini selalu sembunyi dan tidak berani untuk menunjukkan jati dirinya karena ada stigma masyarakat yang menganggap penyimpangan gender adalah suatu hal tabu dan tidak normatif.

Hal semacam ini sama dengan *Beauty vlogger laki-laki* yang turut meramaikan dunia teknologi pada platform YouTube. *Beauty vlogger* ialah seseorang yang membuat dan mengunggah video berisi seputar kecantikan.

Kecantikan yang dimaksud adalah makeup, skincare, bahkan beragam tutorial makeup sehari-hari dan juga makeup karakter yang unik dan beragam. Pada tren masa kini banyak sekali bermunculan beauty vlogger dengan berbagai isi konten yang beragam, dengan tujuan untuk memberikan edukasi informasi kepada viewers setia mereka. Menurut [9] yang dimaksud dengan beauty vlogger itu seperti orang atau individu yang membuat dan juga memposting video seputar kecantikan meliputi kosmetik, tata rambut, *nail art*, atau tutorial kecantikan lainnya.

Sebelum merencanakan ide di kepala, pastinya ada yang menjadi titik acuan dimana ada yang memancing ide tersebut sehingga muncul di kepala kita. Hal ini di perkuat dalam oleh teori representasi. Representasi sendiri ialah proses bagaimana kita memberikan makna pada sesuatu melalui adanya bahasa. Menurut Stuart Hall dalam [14] Mempresentasikan sesuatu disini ialah seperti menggambarkan ataupun melukisnya, untuk memanggil ke dalam pikiran kita dengan cara mendeskripsikan, menggambarkan atau bisa membayangkan. Secara garis besar, penempatannya persamaan harus masuk kedalam pikiran kita atau perasaan kita. Mempresentasikan juga mempunyai arti menyimbolkan, mewakili, menjadi contoh maupun menjadi pengganti dari sesuatu. Menurut Stuart Hall ada tiga jenis pendekatan yaitu pendekatan reflektif, pendekatan intensional, pendekatan konstruktivis. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan intensional, pendekatan ini menggunakan bahasa untuk mengkomunikasikan sesuatu dengan cara pandang kita terhadap sesuatu.

Sedangkan alat yang digunakan untuk membedah dalam penelitian ini menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes. Semiotika adalah suatu ilmu yang mempelajari analisis mengenai tanda. Semiotika yang hendak mempelajari tentang bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*). Memaknai, dalam hal ini tidak dapat disamakan dengan mengkomunikasikan suatu hal tersebut. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem yang terstruktur dari tanda. [15] sedangkan menurut Roland Barthes, semiotik adalah ilmu mengenai bentuk. Semiotik tidak hanya meneliti mengenai signifier dan signified, tapi juga ada hubungan yang mengikat keduanya (*sign*). Barthes mengembangkan dua tingkatan tanda yang menghasilkan sebuah makna. Yaitu tingkat pertandaan pertama ada denotasi yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang merujuk pada makna eksplisit yang langsung dan pasti. Kalau konotatif adalah sistem pertandaan yang kedua menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda yang didalamnya merujuk makna yang tidak eksplisit artinya tidak langsung dan tidak pasti. sedangkan mitos asal mulanya bagaimana kebudayaan menjelaskan adanya beberapa aspek tentang realita ataupun gejala alam. c jadi menurut Roland Barthes kunci dari analisisnya yaitu semiotika berhubungan erat dengan konsep denotasi dan konotasi juga mitos.

Analisis data pada penelitian ini akan menjabarkan mengenai *Makeup* sebagai bentuk Representasi diri *Queer beauty vlogger* dalam platform Youtube @DetaCahyaa yang menjadi objek pada penelitian ini dengan bagian video yang akan di bedah berjudul "Tutorial Makeup Dragon || Day 3 of day 31 makeup halloween" dan pada video dengan judul berbeda "Serum Foundation Pixy || Makeup keluar rumah!!" peneliti menetapkan tiap-tiap kategori makna menjadi beberapa potongan shot dan scene untuk diulas dan dianalisis. Pemilihan gambar video yang terdapat makna relevan dengan alat yang akan digunakan untuk membedah yaitu semiotika Roland Barthes dengan makna Denotasi (realita), konotatif (tidak pasti), dan adanya Mitos. Sebelum membedah lebih dalam mengenai *Makeup* yang di representasikan *queer beauty vlogger*, ada kalanya untuk tahu lebih dasar mengenai deta cahyaa. Detacahyaa atau panggilan lebih akrabnya yaitu deta, deta merupakan anak terakhir dari dua bersaudara. Deta lahir pada 13 desember 1999. Berasal dari daerah beji kota bangil kabupaten Pasuruan Jawa timur. Deta telah menyelesaikan masa study dan mendapat gelar (SAH S.SN) di Indonesia institute of the art Denpasar Bali pada tahun 2020. Deta ini laki-laki yang bisa dibilang gemar terhadap makeup dan sering menggunakan makeup saat akan berkonten ataupun sedang ingin berpergian. Dengan ciri khas yang dibawa Deta sendiri ialah Tarian dan makeup lintas gender. Baginya tarian dan makeup itu tidak hanya terpaku pada satu gender saja seperti wanita, tetapi baik laki-lakipun senantiasa dapat menerapkan hal tersebut untuk merepresentasikan dirinya dalam keseharian ataupun hobi. Alasan mendasar mengapa deta mulai perjalanan membuat channel youtube, berawal dari mengisi waktu luang dan deta mencoba memanfaatkan beberapa makeup yang deta punya, dikarenakan deta juga seorang freelancer makeup. Dengan niat hati agar makeupnya tidak kadaluarsa dan menjadi berguna. Maka dari itu deta mencoba mulai menjadi conten creator, dan mencoba membuat beberapa konten diyoutube pribadinya tentang makeup tutorial seperti karakter, fantasy dan juga makeup daily. Dari sepotong gambar menjadi video tutorial yang berdurasi panjang. Makeup yang ditonjolkan pada kontennya yaitu makeup karakter yang bersifat bold unik dan berani. Detacahyaa memulai perjalanan sebagai seorang beauty vlogger pada tahun 2019 hingga sekarang. Dengan pengikut diakun youtubena sebanyak 253 pengikut. Ciri khas dari beauty vlogger satu ini ialah deta berani menampilkan bentuk makeup karakter yang unik dan nyeleneh, sehingga dapat menghidupkan suasana makeup karakter yang dibawakannya. Bisa dibilang deta ini beauty vlogger yang cukup sangar dan berani di era saat ini. Dan juga potongan *Short* video yang di unggahnya pada youtube dan telah di tonton sebanyak 1,3 ribu kali.

Dengan hasil yang ditemukan Dari analisis semiotika roland barthes ada beberapa mitos yang muncul dari video deta. Di lihat dari mitos-mitos tersebut peneliti kemudian menganalisis untuk mengetahui bagaimana representasi queer beauty vlogger dengan menggunakan pendekatan intensional. Pendekatan ini menggunakan bahasa untuk mengkomunikasikan bagaimana cara pandang seseorang mengenai suatu hal. Dalam hal ini bagaimana deta memahami atau menunjukkan cara pandangnya mengenai queer. Queer di Representasikan dengan seseorang yang di Representasikan sebagai fantasy. Dalam hal ini dapat di lihat dari salah satu video deta mengenai makeup fantasy. Toko fantasy yang dimunculkan deta, itu tidak menunjukkan sex dan gender tertentu. Sehingga hal ini sejalan dengan pemikiran Queer yang memang tidak menunjukkan adanya gender laki-laki dan perempuan. Queer juga digambarkan sebagai kelompok minoritas yang sering mengalami kegagalan. Hal ini ditunjukkan dari beberapa

vidionya yang menggambarkan bagaimana rasa kekecewaan. Dan juga Queer di gambarkan sebagai makhluk yang bisa melakukan kamuflase dimanapun queer berada. Kasus ini dapat di lihat dari vidio deta yang lebih memilih bentuk body painting dengan tema-tema kamuflase seperti bunglon, naga, Sapi, dan lain sebagainya. Dalam vidio deta yang berjudul Serum Foundation Pixy || Makeup Keluar Rumah. Deta mencoba menunjukkan bahwa sebagai seorang queer dia bebas untuk mengekspresikan dirinya melalui makeup yang dia gunakan dan melalui dandanan yang deta pilih. Walaupun mungkin bagi sebageian orang cara dia berdandan di vidio ini lebih identik dengan perempuan, akan tetapi dengan adanya penegasan yang digunakan deta di judul maupun beberapa statement yang ada di vidio yang di tunjukan deta, ini adalah cara deta merepresentasikan dirinya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, representasi makeup queer beauty vlogger dalam konten youtube channel detacahyaa dengan judul "Tutorial Makeup Dragon || 30 Day of Day 31 Days Makeup Halloween" dan "Serum Foundantion Pixy || Makeup Keluar Rumah". Ini terdapat makna bahwa representasi makeup queer yang dilakukan oleh detacahyaa selaku conten creator beauty vlogger ialah seputar tentang makeup fantasy dan karakter, adapun mengenai tutorial dan cara-cara makeup yang belum diketahui oleh kebanyakan orang, dan didalam isi konten youtube detacahyaa dikupas tuntas mengenai tata cara makeup tersebut. Seperti penggunaan teknik makeup silicone base dengan water base menggunakan dasar foundantion dan juga setting spray. Adapula dalam konten makeup fantasy naga, detacahyaa membuat properti tambahan agar terkesan semakin nyata dalam mempresentasikan apa itu yang disebut dengan naga. Dan dapat diambil kesimpulan dari beberapa video @detachayaa yang sudah dibedah, bahwa queer itu sudah tidak lagi merepresentasikan mitos yang selama ini muncul di masyarakat, yang mana mitos tersebut menganggap bahwa makeup artis adalah seorang queer. Akan tetapi makeup artis sekarang ini lebih kepada Representasi sebuah profesi untuk pekerjaan. Seperti dalam statement isi konten video yang diunggah detacahyaa pada youtubnya. deta ini ingin menyampaikan bahwa, makna makeup Queer itu tidak melibatkan sex dan gender tertentu. Sehingga dalam hal ini sejalan dengan pemikiran Queer yang memang tidak menunjukkan adanya gender laki-laki dan perempuan. Pada dasarnya makeup artis itu tidak selamanya di hubungkan dengan mitos penyimpangan gender yang muncul di masyarakat, akan tetapi makeup artis dapat merepresentasikan tujuannya sebagai profesi untuk pekerjaan pada masa kini. Maka dari itu deta membuat saluran channel youtube untuk pertama kalinya, dengan membahas dan memberikan beberapa langkah tutorial makeup bagi pemula dalam saluran vidio yang diunggah deta pada channel youtube Detacahyaa.. Dari sudut pandang deta sendiri, makeup itu tidak terikat dengan sex maupun gender. Makeup boleh saja di gunakan bagi siapapun yang ingin merepresentasikan dirinya. Menurut peneliti, penelitian ini sangat relevan dengan teori representasi dan juga queer sebagai subjek yang dimaknai dalam penelitian ini. Dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes.

References

1. E. Sukmasari, "Sejarah Kosmetik dan Konsep Kecantikan dari Berbagai Bangsa," *Cultura.Id*, 2018. [Online]. Available: <https://cultura.id/sejarah-kosmetik-dan-konsep-kecantikan-dari-berbagai-bangsa#:~:text=Peradaban%2520Sumeria%2520adalah%2520yang%2520pertama,yang%2520>
2. N. Haryanto, "Konstruksi Identitas Gender Beauty Vlogger Laki-Laki pada YouTube," No. 071311533036, pp. 1-13, 2017.
3. C. D. Wiranata, "Hubungan Antara Self-Esteem Dan Fungsi Psikologis Make-Up Pada Model," *Calyptra J. Ilm. Mhs. Univ. Surabaya*, vol. 6, no. 2, pp. 1516-1532, 2017.
4. S. Wulandari, "Motif dan Makna Diri Pria Penata Rias di Kota Pekanbaru dalam Perspektif Fenomenologi 2016," vol. 3, no. 2, pp. 1-14, 2016.
5. Rahul Roy, "Penata Rias Pria di Kota Pekanbaru," vol. 6, pp. 1-14, 2019.
6. S. Ari and R. Putri, "Minoritisasi LGBT di Indonesia: Cyber Bullying pada Akun Instagram @denarachman," *Interak. J. Ilmu Komun.*, vol. 4, no. 1, pp. 73-81-81, 2015, doi: 10.14710/interaksi,4,1,73-81.
7. Maimunah, "Understanding Queer Theory in Indonesian Popular Culture: Problems and Possibilities," *J. Lakon Maret*, vol. 1, no. 3, p. 52, 2014.
8. S. Hall, "The Word of Representasion," *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, pp. 15-71, 1997.
9. W. Widodo and M. Mawardi, "Pengaruh Beauty Vlogger Terhadap Source Characteristics Serta Dampaknya Terhadap Purchase Intention," *J. Adm. Bisnis S1 Univ. Brawijaya*, vol. 47, no. 1, pp. 63-69, 2017.
10. U. Shidiq and M. Choiri, "Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan," vol. 53, no. 9, 2019.
11. A. Girindra, H. Weliangan, and Y. O. K. Pardede, "Citra Tubuh Dan Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wardah," *J. Psikol.*, vol. 11, no. 2, pp. 143-152, 2018, doi: 10.35760/psi.2018.v11i2.2259.
12. T. Pruzinsky, "The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women," vol. 91, no. Supplement, 1993.
13. D. F. Hediana and S. Winduwati, "Self-Disclosure Individu Queer Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun @kaimatamusic)," *Koneksi*, vol. 3, no. 2, p. 493, 2020, doi: 10.24912/kn.v3i2.6489.
14. N. Rambe, "Universitas Sumatera Utara Poliklinik Universitas Sumatera Utara," *J. Pembang. Wil. Kota*, vol.

Academia Open

Vol 9 No 1 (2024): June

DOI: 10.21070/acopen.9.2024.4670 . Article type: (Communication)

1, no. 3, pp. 82-91, 2018.

15. I. S. W. Wibowo, "Semiotika Komunikasi, Edisi-2," vol. 4, 2013.