



GERAKAN LAKI-LAKI FEMINIS KOMUNITAS FAST COMMUNITY ORIFLAME DALAM MELAWAN STEREOTIP GENDER DI KOTA MEDAN

Esrawati Satriana Simanullang, Rosramadhana Rosramadhana

Prodi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial,

Universitas Negeri Medan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi gerakan laki-laki feminis dalam komunitas Fast Community Oriflame di Kota Medan dalam melawan stereotip gender. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi, yang melibatkan wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas ini dibentuk sebagai respons terhadap kebutuhan akan dukungan dan kolaborasi di antara anggotanya, baik laki-laki maupun perempuan. Laki-laki feminis di komunitas ini menolak stereotip gender dan berkomitmen untuk menciptakan budaya kerja yang inklusif. Mereka melakukan langkah-langkah konkret seperti edukasi, mentorship, dan pembangunan jaringan untuk mengubah pandangan negatif tentang industri kecantikan. Sehingga, Fast Community Oriflame berfungsi sebagai agen perubahan sosial yang aktif dalam mempromosikan kesetaraan gender dan memberdayakan anggotanya untuk mencapai potensi maksimal dalam karir bisnis.

Kata Kunci: Laki-laki feminis, stereotip gender, komunitas, kesetaraan gender, Fast Community.

PENDAHULUAN

Stereotip gender merupakan isu yang mendalam dan kompleks dalam masyarakat modern, terutama di Indonesia. Stereotip ini merujuk pada pandangan atau anggapan yang mengategorikan individu berdasarkan

jenis kelamin, yang sering kali mengakibatkan pembatasan dalam perilaku, pilihan, dan peran sosial. Dalam konteks budaya Indonesia, stereotip gender sering kali terinternalisasi dan mendominasi pandangan masyarakat, di mana perempuan sering kali dianggap lemah, penyabar, dan lembut, sedangkan

*Correspondence Address : esrawatisimanullanggolden@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v12i4.2025. 1597-1603

© 2025UM-Tapsel Press

laki-laki dikonstruksikan sebagai sosok yang tangguh dan kuat. Konstruksi ini tidak hanya memengaruhi interaksi sosial, tetapi juga menciptakan ketimpangan gender dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan dan pekerjaan (Sari, 2020; Putri, 2019).

Dalam dunia pendidikan, misalnya, anak laki-laki cenderung didorong untuk mengambil jurusan yang dianggap "maskulin," seperti teknik dan sains, sementara perempuan lebih sering diarahkan ke jurusan yang dianggap "feminim," seperti seni atau keguruan. Hal ini menciptakan hambatan bagi perempuan untuk mengejar karir di bidang yang didominasi laki-laki. Di lingkungan pekerjaan, kebijakan yang menguntungkan laki-laki, seperti jam kerja yang fleksibel, sering kali tidak berlaku bagi perempuan, menciptakan ketidakadilan yang memengaruhi perkembangan karir kedua gender (Chung, 2022). Stigma sosial yang melekat pada laki-laki feminis, yang menunjukkan sikap empati dan mendukung kesetaraan gender, sering kali membuat mereka merasa terpaksa untuk menyembunyikan identitas mereka demi mempertahankan citra maskulin (Halim, 2022).

Penelitian ini berfokus pada laki-laki feminis yang mendukung kesetaraan gender, yang ditandai dengan kesadaran terhadap stereotip gender dan keberanian untuk menentang norma-norma tradisional. Laki-laki feminis di komunitas Fast Community Oriflame di Kota Medan, misalnya, berjuang untuk mengubah pandangan masyarakat yang menganggap bahwa dunia kecantikan adalah ranah eksklusif perempuan. Dengan jumlah anggota laki-laki yang aktif mencapai 4.500 anggota, mereka berperan dalam mendukung perempuan dan menekankan pentingnya kesetaraan gender di sektor ini. Meskipun menghadapi tantangan dari masyarakat yang masih terikat pada norma-norma tradisional, laki-laki feminis di

komunitas ini berusaha untuk menunjukkan bahwa mereka dapat sukses di bidang yang dianggap feminin tanpa kehilangan identitas maskulin mereka.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami dinamika perlawanan terhadap stereotip gender di masyarakat, terutama dalam konteks industri yang didominasi perempuan. Dengan meningkatnya kesadaran akan kesetaraan gender di kalangan laki-laki Indonesia, penting untuk mengeksplorasi bagaimana laki-laki feminis dapat berkontribusi dalam mengubah persepsi sosial dan menghilangkan diskriminasi gender. Data dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (Kemen PPPA) menunjukkan bahwa persentase laki-laki yang setuju bahwa perempuan memiliki hak yang sama dalam berbagai aspek kehidupan semakin meningkat.

Kebaruan riset ini terletak pada fokusnya yang spesifik terhadap komunitas laki-laki feminis dalam industri kecantikan, yang masih jarang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi gerakan perlawanan yang dilakukan oleh laki-laki feminis dalam komunitas Fast Community Oriflame, serta bagaimana mereka membentuk dan menyebarkan nilai-nilai kesetaraan gender melalui pendekatan kultural. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami dinamika gender dan peran laki-laki feminis dalam melawan stereotip gender di masyarakat.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori feminisme sosialis yang dikemukakan oleh Rosmarie Putnam Tong. Teori ini menekankan bahwa ketidaksetaraan gender tidak hanya terkait dengan perbedaan biologis atau stereotip yang melekat pada perempuan dan laki-laki, tetapi juga dengan struktur ekonomi dan

sosial yang memperkuat ketimpangan ini. Pendekatan feminisme sosialis memungkinkan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana norma, nilai, dan kebiasaan yang terbentuk dalam masyarakat mempengaruhi dan mempertahankan stereotip gender. Dengan menggunakan teori ini, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana laki-laki feminis di komunitas Fast Community Oriflame melawan stereotip gender yang ada, serta menunjukkan bahwa setiap individu berhak memilih jalur profesional sesuai keinginannya tanpa terbatas oleh konstruksi gender.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi, yang bertujuan untuk mendeskripsikan gerakan perlawanan terhadap stereotip gender yang dilakukan oleh laki-laki feminis di Fast Community Oriflame. Etnografi, menurut Spradley (2015), adalah deskripsi mendalam tentang suatu kebudayaan dengan tujuan memahami pandangan hidup dari sudut pandang penduduk asli. Metode ini bersifat holistik, memberikan deskripsi yang mendalam (thick description), dan berusaha memahami realitas dari perspektif informan. Lokasi penelitian ini adalah Fast Community Oriflame di Kota Medan, yang berfokus pada industri kecantikan. Komunitas ini dipilih karena anggotanya, termasuk laki-laki feminis, aktif dalam sektor yang secara umum dianggap "feminis." Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pandangan laki-laki feminis dalam mendukung kesetaraan gender dan strategi mereka dalam melawan stereotip gender di sektor kecantikan.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki leader di Fast Community Oriflame yang memiliki pengalaman mendalam dalam industri

kecantikan, anggota aktif laki-laki yang terlibat dalam berbagai kegiatan komunitas, senior atau mentor yang memiliki pandangan historis mengenai stereotip gender, anggota baru laki-laki yang memberikan perspektif tentang tekanan sosial saat bergabung, serta perempuan leader yang memberikan sudut pandang tambahan mengenai interaksi dan dukungan terhadap laki-laki feminis. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi, dan catatan lapangan. Observasi partisipatif dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan untuk mengamati aktivitas informan dan interaksi antar anggota komunitas. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan data terkait pandangan dan pengalaman informan mengenai stereotip gender, sementara dokumentasi mengumpulkan data dari foto, rekaman, dan dokumen yang relevan untuk mendukung temuan penelitian.

Analisis data dilakukan dengan teknik etnografi yang mencakup analisis wawancara etnografis, analisis domain, dan analisis taksonomik. Analisis wawancara etnografis bertujuan untuk mendeskripsikan sistem makna budaya berdasarkan simbol dan makna yang disampaikan oleh informan. Analisis domain digunakan untuk memperoleh gambaran umum dari objek penelitian dengan mengidentifikasi domain-domain yang muncul dari hasil wawancara. Sementara itu, analisis taksonomik mengorganisir kategori berdasarkan hubungan semantik untuk mengidentifikasi subset dalam domain. Penulisan etnografi dilakukan dengan menyusun narasi deskriptif dan interpretatif berdasarkan data yang diperoleh, dengan mempertimbangkan keterlibatan peneliti dalam penelitian. Melalui pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan

pemahaman yang mendalam mengenai perlawanan laki-laki feminis terhadap stereotip gender di komunitas Fast Community Oriflame.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil komunitas Fast Community Oriflame di Kota Medan menunjukkan bahwa komunitas ini dibentuk untuk mendukung para anggota dalam mengembangkan bisnis mereka bersama Oriflame. Sejak didirikan pada tahun 2005 dengan nama awal Pride Club, komunitas ini telah mengalami beberapa perubahan nama dan struktur untuk menciptakan identitas yang lebih inklusif dan positif. Saat ini, Fast Community memiliki sekitar empat ribu lima ratus anggota, di mana 80% di antaranya adalah perempuan dan 20% laki-laki. Komunitas ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem yang solid, di mana setiap anggota dapat saling berbagi ilmu, pengalaman, dan strategi pemasaran yang efektif. Dengan latar belakang ini, Fast Community berkomitmen untuk memberdayakan semua anggotanya untuk mencapai kesuksesan bersama yang menyenangkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas Fast Community Oriflame dibentuk sebagai respons terhadap kebutuhan akan dukungan dan kolaborasi di antara anggotanya, baik laki-laki maupun perempuan. Komunitas ini, yang didirikan pada tahun 2005, mengalami berbagai perubahan nama dan struktur, dengan tujuan untuk menciptakan lingkungan yang inklusif dan mendukung pengembangan karir anggotanya. Melalui wawancara dengan informan kunci, seperti Bapak Karya Pinem dan Ibu Eki Manurung, terungkap bahwa perubahan nama dari Pride Club menjadi Fast Community pada tahun 2018 mencerminkan adaptasi terhadap persepsi publik dan kebutuhan internal untuk menghindari kesalahpahaman.

Identitas komunitas ini, yang diwakili oleh akronim "FAST" yang berarti "Fun and Success Together," menekankan pentingnya kerja sama dan kolaborasi antar anggota dalam mencapai kesuksesan bersama. Dengan demikian, komunitas ini berfungsi sebagai platform yang mendukung kesetaraan gender dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggotanya.

Pandangan laki-laki feminis di komunitas Fast Community menunjukkan bahwa mereka menolak stereotip gender yang menganggap bahwa industri kecantikan hanya untuk perempuan. Melalui wawancara dengan informan seperti Bapak Raja Banurea dan Ibu Eki Manurung, terungkap bahwa mereka percaya bahwa kesetaraan gender sudah menjadi bagian dari budaya kerja di Oriflame. Informan menekankan bahwa industri kecantikan bukan hanya tentang produk, tetapi juga tentang peluang bisnis yang dapat diakses oleh siapa saja, tanpa memandang gender. Mereka berkomitmen untuk menciptakan lingkungan yang inklusif, di mana semua anggota merasa diterima dan memiliki kesempatan yang sama untuk berkembang. Hal ini sejalan dengan prinsip feminisme sosialis yang menekankan pentingnya kolaborasi dan dukungan antar gender dalam menghadapi struktur sosial yang patriarkal.



Gambar 1. Logo komunitas Fast Community

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025

Gerakan perlawanan terhadap stereotip gender yang dilakukan oleh laki-laki feminis di komunitas ini mencakup berbagai langkah konkret,

seperti edukasi dan kesadaran publik, mentorship, serta membangun jaringan dan komunitas. Informan Bapak Walden Silalahi menekankan pentingnya edukasi untuk mengubah pandangan negatif tentang industri kecantikan, sementara Bapak Karya Pinem menegaskan bahwa tidak ada diskriminasi dalam mentoring anggota, baik laki-laki maupun perempuan. Dengan membangun jaringan yang inklusif dan saling mendukung, komunitas ini berkontribusi pada pengurangan stereotip gender dan menciptakan lingkungan yang lebih adil. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki feminis di komunitas ini tidak hanya berfungsi sebagai pendukung, tetapi juga sebagai agen perubahan yang aktif dalam mempromosikan kesetaraan gender.



Gambar 1. Foto kegiatan mentoring dan pelatihan anggota komunitas

Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa laki-laki feminis di Fast Community menghadapi tantangan dalam melawan stigma sosial yang melekat pada industri kecantikan. Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka sering kali merasa tertekan untuk mempertahankan citra maskulin di hadapan masyarakat yang masih terikat pada norma-norma tradisional. Namun, dengan keberanian untuk menghadapi tantangan ini, mereka berusaha untuk menunjukkan bahwa keberagaman dalam industri ini dapat membawa manfaat yang lebih besar bagi semua pihak yang terlibat. Melalui dialog

terbuka dan dukungan satu sama lain, laki-laki feminis di komunitas ini berupaya mengubah persepsi masyarakat tentang peran mereka dalam industri kecantikan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas Fast Community Oriflame tidak hanya berfungsi sebagai platform bisnis, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang aktif dalam mempromosikan kesetaraan gender. Dengan mengedepankan kolaborasi, dukungan, dan penolakan terhadap diskriminasi, komunitas ini menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan adil. Hasil penelitian ini sejalan dengan prinsip-prinsip feminisme sosialis yang menekankan pentingnya melawan kapitalisme dan patriarki untuk mencapai keadilan sosial. Dengan demikian, laki-laki feminis di komunitas ini berperan penting dalam menciptakan perubahan positif dalam masyarakat, serta membuktikan bahwa kesetaraan gender adalah tanggung jawab bersama yang melibatkan semua individu, tanpa memandang gender.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan dan hasil penelitian mengenai Gerakan Laki-laki Feminisme di Komunitas Fast Community Oriflame dalam Melawan Stereotip Gender di Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa komunitas ini dibentuk sebagai respons terhadap kebutuhan akan dukungan dan kolaborasi di antara anggotanya, baik laki-laki maupun perempuan. Sejak didirikan pada tahun 2005 dengan nama awal Pride Club, komunitas ini telah mengalami perubahan nama menjadi Fast Community pada tahun 2018, yang mencerminkan upaya untuk menciptakan identitas yang lebih positif dan inklusif. Laki-laki feminis dalam komunitas ini menunjukkan pandangan yang menolak stereotip gender, dengan menekankan bahwa kesetaraan gender

adalah bagian integral dari budaya kerja mereka. Melalui langkah-langkah konkret seperti edukasi, mentorship, dan pembangunan jaringan, mereka berusaha mengubah pandangan negatif tentang industri kecantikan dan menciptakan lingkungan yang saling mendukung. Gerakan ini tidak hanya berkontribusi pada kesadaran masyarakat tentang peran laki-laki dalam feminisme, tetapi juga membuka peluang bagi semua gender untuk berpartisipasi dalam industri ini. Dengan demikian, Fast Community Oriflame berfungsi sebagai agen perubahan sosial yang aktif dalam mempromosikan kesetaraan gender dan memberdayakan anggotanya untuk mencapai potensi maksimal dalam karir bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arivia, G. 2006. *Feminisme: Sebuah Kata Hati*. Jakarta: Kompas
- Astuti, P., & Larasati, I. 2019. Gerakan Aliansi Laki-Laki Baru: Membongkar Konstruksi Maskulinitas Untuk Mewujudkan Keadilan Gender. *Journal of Politic and Government Studies*. 8(2):211-220.
- Budiman, K. 2000. *Feminis Laki-Laki dan Wacana Gender*. Magelang: Penerbit Indonesia Tera.
- Creswell, J.W. 2016. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. 1 Ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2023. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 6 Ed ke-6. Jakarta: Balai Pustaka.
- Hardani, et al. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. 1 Ed. Yogyakarta: Cv. Pustaka Ilmu.
- Hasibuan, M. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menjadi Mitra Paytren (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Febi UIN Sumatera Utara. *Tarbiyah: Jurnal Kependidikan dan Keislaman*. 11(1):3-14
- Hasyim, N. 2021. *Good boys doing feminism: Maskulinitas dan Masa Depan Laki-Laki Baru*. Buku Mojok.
- Maya, S. 2023. *Komunikasi Gender dalam Cyberspace (Studi Kasus tentang Peran Muslimah Reformis dalam Mendobrak Bias Gender melalui Media Sosial Instagram)*.
- Max, F. R. 2021. *Urgensi Gerakan Feminisme Bagi Perjuangan Melawan Tindakan Kekerasan terhadap Perempuan di Indonesia*.
- Misbach, T. R. 2018. *Laki-Laki dan Kesetaraan Gender (Studi Tentang Gerakan dan Pandangan Laki-Laki Feminis di Surabaya)*.
- Mustaqim, A., & Chasanah, I. 2022. Keterlibatan Laki-Laki dalam Pencegahan Perkawinan Anak: Studi Pada Komunitas Gerakan Laki-laki Peduli Perempuan dan Anak. *Prosiding Konferensi Gender dan Gerakan Sosial*, 1(01), 450-460.
- Oriflame Cosmetics. 2024. *Sejarah dan Jenjang Karir Bisnis Oriflame*. <https://id.oriflame.com/about?store=ID-samwhy>. [Accessed 21 Februari 2025]
- Pinedha, A.T., Wati, H.A.K., & Setiansyah, M. 2022. Dekonstruksi Stereotipe Gender dalam Drama Korea *Strong Woman Do Bong Soon*. *Jurnal Empirika*. 7(2), 67-88.
- Ritzer, G. 2014. *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir PosModern*. Edisi ke-8. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Rokhmansyah, A. 2016. *Pengantar Gender dan Feminisme: Pemahaman Awal Kritik Sastra Feminisme*. 1 Ed. Yogyakarta: Garudhawaca.
- Rosramadhana, et al. 2020. *Menulis Etnografi: Belajar Menulis Tentang Kehidupan Sosial Budaya Berbagai Etnis*. 1 Ed. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sabir, M. 2021. Laki-laki dan Kesetaraan Gender Pada Organisasi Solidaritas Perempuan Komunitas Anging Mammiri Sulawesi Selatan; Perspektif Hukum Islam. *Shautuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbandingan Mazhab*.
- Sari, R. 2020. Stereotip Gender Tradisional di Indonesia: Implikasi Terhadap Peran Laki-Laki dan Perempuan. *Jurnal Gender dan Pembangunan*, 7(1):25-40.

Spradley, J.P. 2015. Metode Etnografi. Yogyakarta: Tiara wacana.

Saputri, Y. D. 2024. Representasi Perlawanan Stereotipe Wanita dalam Akun Instagram@ Wmnyfe. Jurnal Audiens, 5(3), 499-512.

Setyaningsih, P.A.W. 2019. Perkembangan Komunitas LGBT di Rusia Pasca Diterapkannya Gay Propaganda Law. Jurnal Analisis Hubungan Internasional.

Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sukmawati, R. 2021. Gerakan Aktivistis Feminis Dalam Melawan Ketidakadilan Gender Di Kota Bandung.

Sumampouw, L.A.A., Patricia, M., & Zamaya, N.F.N. 2023. Analisis Komunitas Feminis Yogya (Gender Mahardika) yogyakarta. Jurnal Dinamika Sosial Budaya. 25 (2), 159-166.

Tong, R. P. 1998. Feminist Thought: Pengantar Paling Komprehensif Kepada Arus Utama Pemikiran Feminis. Yogyakarta: Jalasutra.

Tong, R. 2018. Feminist Thought: A More Comprehensive Introduction. New Edition-5. York: Westviews Press.

Widyanta, A.B. 2002. Problem Modernitas Dalam Kerangka. Yogyakarta: Cielaras Pustaka.

Winner Network. 2023. Jenjang Karir Oriflame-Peluang Bisnis Oriflame. Available At: <http://winners-network.biz/fiara/peluang-bisnis/jenjang-karir-oriflame>. [Accessed 21 Februari 2025].