

ABSTRAK

Isu maskulinitas di era digital mengalami pergeseran seiring dengan berkembangnya media sosial sebagai ruang ekspresi diri dan representasi identitas gender. Salah satu platform yang turut membentuk diskursus ini adalah TikTok, melalui berbagai konten kreator yang menghadirkan representasi berbeda terkait maskulinitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana khalayak laki-laki memaknai konten *make-up* yang ditampilkan oleh kreator TikTok @kkmn99, melalui pendekatan analisis resepsi Stuart Hall (*encoding-decoding*) yang membagi pemaknaan menjadi tiga posisi: *Dominant-Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Oppositional Position*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Informan dalam penelitian ini adalah seorang laki-laki yang merupakan pengguna aktif TikTok dan merupakan *followers* akun @kkmn99. Hasil penelitian menunjukkan adanya beragam penerimaan terhadap representasi maskulinitas dalam konten-konten *make-up* tersebut, terdapat 3 dari 6 informan berada pada posisi *Dominant-Hegemonic*, 2 dari 6 informan berada pada posisi *Negotiated* dan 1 dari 6 informan berada pada posisi *Oppositional*.

Kata Kunci: Maskulinitas, Analisis Resepsi, TikTok, Media Sosial, Konten *Make-up*