

Komunikasi interpersonal pada konsep diri mahasiswa laki-laki metroseksual di kota Medan

Ahmad Gifari Alamsyah^{a1}, Solihah Titin Sumanti^{b2}

^{ab} UIN Sumatera Utara, Kabupaten Deli Serdang, 20353, Indonesia

¹ ahmadgifarialamsyah@uinsu.ac.id; ² solihahtitinsumanti@uinsu.ac.id

SEJARAH ARTIKEL

Diterima: 12 Maret 2023
Direvisi: 30 Maret 2023
Disetujui: 9 April 2023
Diterbitkan: 13 April 2023

*Corresponding

annisa0601192051@uinu.ac.id



[10.22219/satwika.v7i1.25630](https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.25630)



jurnalsatwika@umm.ac.id

How to Cite: Alamsyah, A. G., & Sumanti, S. T. (2023). Komunikasi interpersonal pada konsep diri mahasiswa laki-laki metroseksual di kota Medan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7(1), 263-275.

<https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.25630>



ABSTRAK

Laki-laki metroseksual umumnya berada di pusat kota yang lebih besar seperti Kota Medan, dengan penampilan yang rapi, tampan, wangi, menawan dan khasnya sendiri. Fenomena pria metroseksual adalah perilaku unik dalam budaya perkotaan, mereka umumnya memiliki citra maskulin tetapi peduli dengan penampilan, perawatan tubuh, bergaul dengan teman-teman mereka. Meskipun, kita tahu bahwa seperti prihatin dengan penampilan dan perawatan tubuh pada umumnya adalah wanita, bahwa hal-hal yang menyebabkan stigma positif dari masyarakat, dari stigma tersebut akan membentuk konsep diri pria metroseksual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tiga hal yaitu (1) Mendeskripsikan Komunikasi Interpersonal seorang laki-laki Metroseksual (2) Menjelaskan konsep diri laki-laki metroseksual di Kota Medan dan (3) Menjelaskan bentuk hambatan komunikasi Interpersonal dan konsep diri laki-laki metroseksual di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif pendekatan fenomenologis dengan teknik pengumpulan data menggunakan data primer melalui observasi dan wawancara mendalam serta data sekunder melalui jurnal, buku maupun artikel. Informan dalam penelitian ini berjumlah enam orang laki-laki metroseksual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Komunikasi interpersonal seorang laki-laki metroseksual memandang gaya hidup metroseksual sesuatu hal yang wajar dengan menjaga penampilan merupakan suatu keharusan oleh setiap individu agar berpenampilan menarik sebagai penunjang dalam melakukan aktifitas sehari-hari; Konsep diri laki-laki metroseksual sebuah bentuk kepedulian diri akan pentingnya penampilan yang mereka tunjukkan terhadap lingkungan sekitarnya sebagai bentuk kepuasan diri untuk sebuah kesenangan pribadi yang efeknya mendapat pujian masyarakat dari apa yang mereka kenakan; Hambatan komunikasi interpersonal dan konsep diri yang bernada negatif atau juga stigma negatif antara lain seperti dikatai tidak jantan, tidak macho, takut panas, feminin, mirip perempuan, *pretty boy*, serta adanya stereotip terhadap disorientasi seksual tertentu. Konsep diri pria metroseksual di Medan memiliki konsep diri sendiri, dengan berbagai aspek fisik, psikis, dan sosial. Dan juga pria metroseksual di kota Medan juga memiliki motif tersendiri yang menyebabkan hak mereka untuk menjalani gaya hidup sebagai pria metroseksual, dan mereka memiliki konsep diri yang positif tentang diri sendiri, kepribadian yang baik, terlihat dari penampilan, serta sikap positif terhadap lingkungan.

Kata kunci: komunikasi interpersonal; konsep diri; simbol interaksi; laki-laki metroseksual; fenomenologi

ABSTRACT

Metrosexual men are generally located in larger urban centers such as Medan City, with their own neat, handsome, fragrant, charming, and distinctive appearance. The phenomenon of metrosexual men is a unique behavior in urban culture. They generally have a masculine image but care about appearance, body care, and getting along with their friends. Although we know that as concerned with appearance and body care, in general, are women things that cause positive stigma from society, the such stigma will shape the self-concept of metrosexual men. This study aims to find out three things, namely (1) Describe the interpersonal communication of a metrosexual man, (2) explain the self-concept of metrosexual men in Medan City, and (3) Explain the form of interpersonal communication barriers and the self-concept of metrosexual men in Medan City. This research uses descriptive qualitative methods phenomenological approach with data collection techniques using primary data through observation and in-depth interviews and secondary data through journals, books, and articles. The informants in this study were six metrosexual men and four friends of metrosexual male students. The results showed that: Interpersonal communication of a metrosexual man views the metrosexual lifestyle as a natural thing by maintaining appearance is a must for every individual to look attractive as a support in carrying out daily activities; Metrosexual men's self-concept is a form of self-concern for the importance of the appearance they show to their surroundings as a form of self-satisfaction for a personal pleasure whose effect is to derive public praise from what they wear; Interpersonal communication barriers and concepts of negative tone or negative stigma include being said to be unmanly, not macho, afraid of heat, feminine, female-like, pretty boy, and stereotypes of inevitable sexual disorientation. The self-concept of metrosexual men in Medan has its self-concept, with various physical, psychic, and social aspects. And also, metrosexual men in the city of Medan have motives that cause their right to live a lifestyle as metrosexual men, and they have a positive self-concept about themselves, a good personality, visible from appearance, as well as a positive attitude towards the environment.

Keywords: interpersonal communication; self-concept; symbol interaction; metrosexual; phenomenology

© 2023; This is an Open Access Research distributed under the term of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original works are appropriately cited.



PENDAHULUAN

Munculnya pria metroseksual menjadi sebuah fenomena yang menunjukkan tentang perubahan pemikiran manusia pada suatu nilai yang sudah lama ada. Seperti yang telah kita ketahui bahwa masyarakat pada umumnya telah merekonstruksikan pemikiran mereka tentang seorang pria. Namun karena terjadinya kemajuan pemikiran manusia tentang beberapa hal maka apa yang telah tertanam di dalam pikiran manusia dapat berubah (Apriati, 2019). Ada beberapa faktor yang dapat mengubah pola pikir dan perilaku manusia antara lain: kondisi ekonomi, kemajuan teknologi, keadaan geografis ataupun biologis. Hal inilah kemudian yang mendorong munculnya pemikiran dan pola tingkah laku manusia yang baru seperti pria metroseksual (Islamiah, 2021).

Metroseksual adalah sebuah kata yang untuk sebagian masyarakat awam dinilai cukup asing, namun sebagian besar pun tidak memahami makna dari metroseksual tersebut. Metroseksual adalah pria heteroseksual yang memiliki kecenderungan untuk merawat diri serta penampilannya secara telaten. Fenomena ini disebut juga

dengan istilah *women-oriented men*. Beberapa faktor, seperti kondisi ekonomi, kemajuan teknologi, kondisi geografis atau biologis, dapat mempengaruhi sikap dan tindakan individu. Inilah kekuatan pendorong di balik munculnya pemikiran dan pola perilaku manusia baru, seperti laki-laki metroseksual (Sabillah, 2021a).

Mark Simpson (Lertwannawit & Gulid, 2010), seorang kolumnis mode Inggris, menciptakan istilah metroseksual untuk pertama kalinya pada tahun 1994. Menurutnya, metroseksual adalah seorang narsis Denmark yang tidak hanya mencintai dirinya sendiri tetapi juga dengan gaya hidup perkotaannya, atau seorang pria yang tidak hanya mencintai dirinya sendiri tetapi juga memuja gaya hidup perkotaan yang dipimpinnya (Saputra & Gunawan, 2020). Metroseksual juga disebut sebagai "The New Man" karena metroseksual tidak dapat disamakan dengan heteroseksual, homoseksual atau biseksual. Fenomena ini juga dikenal sebagai pria yang fokus pada wanita (Nurlaili, 2022).

Laki-laki metroseksual perkotaan, narsis, dan hedonistik, memiliki kecenderungan untuk

mengonsumsi segala sesuatu untuk merawat diri dan meningkatkan penampilan ([Habib, Ratnaningsih, & Nisa, 2020](#)). John menegaskan bahwa laki-laki metroseksual akan melakukan, membeli, dan menghargai apa pun yang mereka inginkan ([Ony, Gunady & Johan, 2020](#)). Hal ini yang menyebabkan laki-laki metroseksual kebanyakan berasal dari kalangan *the have*, yaitu mereka yang memiliki karir yang cerah dan keadaan finansial yang baik. Mereka dapat memperoleh apa pun yang terlintas dalam pikiran dan memenuhi semua tuntutan mereka ([Adid, 2019](#)).

Sebagai laki-laki metroseksual, mereka dituntut untuk tetap menjaga penampilan agar tetap menarik, dan berupaya menjadi sosok yang nyaman dalam berinteraksi demi mempertahankan eksistensi gaya hidup sebagai laki-laki metroseksual. Terkait hal itu tantangan yang harus dihadapi laki-laki metroseksual adalah mendapat stigma buruk yaitu sebagai homoseksual ([Falomir-Pichastor, Berent, & Anderson, 2019](#)). Hal ini karena adanya pergeseran nilai dan definisi laki-laki homoseksual kepada laki-laki metroseksual. Laki-laki metroseksual dianggap telah melampaui batas-batas maskulinitas sehingga karena hal itu mengapa perawatan tubuh yang dulu awam bagi kaum laki-laki menjadi lazim bagi kaum laki-laki metroseksual ([Landry, Desrochers, Hodges-Simeon, & Arnocky, 2019](#)).

Meskipun ada stigma negatif, itu tidak menghambat seorang pria metroseksual dalam merawat diri untuk eksistensi dan kepuasan diri sendiri ([Hasandra, 2016](#)). Penelitian Nielsen ([dalam Winarto, 2017](#)) menunjukkan bahwa pria dan wanita memiliki kepedulian yang sama terhadap penampilan mereka, terlepas dari kenyataan bahwa pria cenderung tidak mengikuti tren mode. Data tujuh Juli 2011 dari [marketing.co.id](#) mengungkapkan bahwa 19% pria sekarang mengikuti tren mode dan 56% setuju bahwa mengenakan pakaian yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan diri pada pria ([Wahid, 2012](#)).

Untuk mengokohkan eksistensi laki-laki metroseksual (diantaranya dilakukan dengan menjadi pusat perhatian di masyarakat) tidak hanya dengan pemilihan pakaian dengan warna mencolok, akan tetapi juga dengan perilaku dan cara berinteraksi yang baik sehingga citranya baik di masyarakat. Berdasarkan penelitian Euro RSCG Worldwide pada tahun 2013 ([Mulyana, 2014](#)) yang tertuang dalam buku karya Hermawan Kartajaya berjudul *Metrosexual in Venus*, laki-laki metroseksual identik sebagai laki-laki yang lembut, bawel, dan memiliki kemampuan baik dalam berkomunikasi dan berhubungan dengan orang lain

([Mulyana, 2022](#)). Dalam berkomunikasi laki-laki metroseksual cenderung menjaga etika dan mengikuti tren. Dengan demikian tren tidak hanya mempengaruhi gaya berpakaian, namun juga cara berkomunikasi ([Woeryadi, 2021](#)).

Pria metroseksual tidak canggung menampilkan sisi femininnya seperti melakukan perawatan diri di salon, memakai pelembab bibir dan bahkan mereka memiliki pengeluaran tersendiri untuk melakukan perawatan-perawatan tersebut. Fenomena kemunculan laki-laki metroseksual, kini makin berkembang dan meningkat ([Kribo, Dwi Sanjaya, & Agung Esfandari, 2017](#)). Tidak hanya menjadi fenomena perkotaan namun telah menyebar luas hingga ke kota-kota kecil. Tidak hanya ditemukan pada kalangan *the have* akan tetapi dalam berbagai macam kelompok lain, misalnya pada lingkungan kampus ([Madani, 2021](#)). Seperti pada contoh penelitian mahasiswa laki-laki metroseksual berambut keriting dan kribo di Telkom University yang melakukan perawatan rambut layaknya seperti perempuan pada umumnya ([Sanjaya & Esfandari, 2019](#)).

Dalam penelitian ini, peneliti melihat beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya, penelitian tersebut membahas aspek laki-laki metroseksual dengan fokus yang berbeda satu sama lain. Pertama, penelitian [Sanjaya & Esfandari \(2019\)](#) yang meneliti “Konsep Diri Mahasiswa Laki-laki Metroseksual Berambut Keriting Dan Kribo Di Telkom University”. Hasil dari temuan penelitian ini menunjukkan pada dasarnya setiap mahasiswa memiliki alasan tersendiri yang berbeda-beda ketika ditanya mengapa menggunakan perawatan rambut tersebut salah satu yang umumnya sebagai menunjang penampilan rambut dari informan, untuk menjaga kesehatan rambut, didorong dari berbagaimacam tuntutan.

Kedua, penelitian [Rachmadani \(2016\)](#), meneliti tentang “Fenomenologi Tentang Dinamika Komunikasi Sosial Laki-laki Metroseksual Di Kota Makassar”. Hasil dari penelitian ini yaitu: Pertama, dalam sebuah praktik komunikasi laki-laki metroseksual senantiasa memperhatikan etika. Dengan memakai bahasa yang tepat sekalipun itu non-verbal agar mudah dipahami dan mendapat timbal balik positif bagi masyarakat sekitar. Kedua, mereka menginginkan agar lingkungan sekitarnya memahami cara mereka berpenampilan dan tidak dipandang negatif.

Ketiga, penelitian [Rabbani \(2017\)](#) tentang “Citra Diri Laki-laki Metroseksual di Kota Makassar (Studi Kasus Komunikasi Antar pribadi Member *Celebrity Fitness*)”. Penelitian ini mengungkapkan bahwa citra diri pria

metroseksual terdiri dari dua komponen: Pertama, citra diri komponen tubuh, termasuk penampilan wajah, gaya rambut, bentuk bahu, bentuk lengan, bentuk kaki, dan perut. Tinggi, berat badan, dan proporsi tubuh adalah aspek citra diri tubuh yang sempurna. Penampilan verbal pria metroseksual terdiri dari penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar, diselingi dengan bahasa dan aksen asing. Manifestasi nonverbal kemudian terdiri dari kinesik, haptik, *paralanguage*, postur, artefak, warna, dan olfaksi

Keempat, penelitain [Triswidiastuty, Franz, & Kahija \(2015\)](#) dengan judul penelitian “Memahami Makna Menjadi Laki-laki Mteroseksual”. Temuan studi ini membahas pengalaman menjadi pria metroseksual. Para peneliti menemukan bahwa setiap subjek memiliki karakteristik yang sama dalam proses menjadi pria metroseksual, seperti memberikan perhatian pada penampilan, membentuk fisik yang ideal, dan mengikuti evolusi gaya pakaian. Pengalaman itu membantu saya memahami apa artinya menjadi pria metroseksual.

Berdasarkan uraian mengenai fenomena penelitian terdahulu, peneliti tertarik mendalami isu kehadiran laki-laki metroseksual di Kota Medan setidaknya karena tiga alasan. Pertama, gaya hidup laki-laki metroseksual pada umumnya glamor, hedon, dan senang menghambur-hamburkan uang untuk kesenangan pribadi ([Kribo et al., 2017](#)). Alasan berikutnya cenderung bergaya hidup hedonis yang menjadi salah satu ciri laki-laki metroseksual ([Trimartati, Negeri, Playen-Paliyan, & Kidul, 2014](#)). Alasan yang terakhir melakukan penelitian ini ialah adanya banyak stigma pada masyarakat masih beranggapan bahwa lelaki metroseksual salah satu kaum LGBT ([Prahastami, 2019](#)). Serta merujuk pada background penulis yang menempuh pendidikan di kalangan islami yaitu mahasiswa UIN Sumut. UIN sebagai kampus agama yang cenderung kuat dalam nilai-nilai agama sementara gaya hidup laki-laki metroseksual dikonotasikan menyimpang dari nilai-nilai moral bahkan dalam pandangan agama islam sendiri

Berdasarkan permasalahan, lokasi penelitian dan beberapa penelitian terdahulu yang belum membahas terkait Komunikasi Interpersonal Pada Konsep Diri Mahasiswa Laki-Laki Metroseksual maka, penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan lebih detail bagaimana Komunikasi Interpersonal Pada Konsep Diri Mahasiswa Laki-Laki Metroseksual di kota Medan jika dilihat dari dari fenomena gaya hidup yang terlihat. Diharapkan penelitian ini mampu untuk memberikan gambaran bagaimana gaya komunikasi interpersonal gaya hidup dan konsep diri laki-laki metroseksual di Medan, yang

nantinya dapat sebagai kajian ilmiah pada penelitian lanjutan untuk menemukan fenomena-fenomena dan memperbaiki stigma negatif dari seorang laki-laki metroseksual.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologis (Zakariah, Afriani, & Zakariah, 2020). Fenomenologi adalah konsep atau gagasan "Life World," pemahaman bahwa realitas individu hanya dapat dipahami dengan memahami dunia kehidupan individu, serta perspektif masing-masing (Danil, 2021).

Pengambilan informasi menggunakan pertimbangan purposive sampling yang memilih informan melalui seleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian, dan dengan catatan bahwa sample tersebut mewakili populasi atas representative, dalam (Kriyantono, 2006)

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Nama	Jurusan
1	Rahmad Ramadhan	Ilmu Komunikasi
2	Ridwan Hadi	Ilmu Komunikasi
3.	Ahmad Fauzi	Ilmu Perpustakaan
4.	Naufal Akbar Halomoan	Ilmu Perpustakaan
5.	Ilham Pratama Siregar	Sosiologi Agama
6.	Habib Ahmad Manurung	Sosiologi Agama

Pemilihan informan ([tabel 1](#)) tersebut dengan pertimbangan bahwa merekalah yang saat ini paling mengetahui tentang permasalahan yang diteliti dan juga mengalami permasalahan yang akan diteliti tersebut. Ditinjau dari segi lainnya, ke 6 informan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara lainnya yang merupakan pria metroseksual. Objek dari penelitian ini adalah konsep diri laki-laki metroseksual di kota Medan dalam perspektif fenomenologi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Awal mulanya metroseksual dikenal di luar negeri saja, namun pada akhirnya mulai memasuki negara Indonesia. Jakarta, Bandung, Surabaya merupakan kota-kota besar yang banyak memiliki potensi pria metroseksual ([Sabillah, 2021b](#)). Metroseksual awalnya hanya dimiliki oleh kalangan atas saja Akan tetapi pada

kenyataannya dapat dilihat bahwa potensi pria metroseksual tidak hanya dimiliki oleh kalangan atas ataupun selebritis saja. Pria Metroseksual di Kota Medan kini perlahan sudah memiliki potensi metroseksual. Dari penampilan- penampilannya itulah muncul sebuah komunikasi yang dinamakan interaksi simbolik.

Melalui interaksi simbolik inilah pria metroseksual ingin menunjukkan maksud dan tujuannya dalam berpenampilan. Melalui penampilannya, wewangian yang dikenakannya dan kebersihan yang terdapat didalam dirinya memiliki suatu informasi. Perspektif interaksionisme simbolik memulainya dengan konsep diri (*self*), diri dalam hubungannya dengan orang lain dan diri sendiri dan orang lain itu dalam konteks yang lebih luas. Dalam konteks sosial inilah nantinya akan dapat dipahami beragam macam anggapan dari masyarakat.

Pria metroseksual adalah pria yang sangat memperhatikan sekali penampilannya akan tetapi mereka tidak melupakan bahwa diri mereka adalah laki-laki sejati. Pria metroseksual di Kota Medan memiliki konsep positif akan dirinya sendiri. Pria metroseksual di Kota Medan memiliki konsep diri positif yang membedakan dirinya dengan orang lain. Yang membedakan disini adalah dalam hal berpenampilan. Penampilan yang dimiliki pria metroseksual tidak sama dengan pria-pria lainnya dan Ingin memiliki ciri khas sendiri dalam penampilannya.

Konsep diri yang ada pada diri pria metroseksual di Kota Medan adalah adanya suatu harapan. Harapan-harapan berupa tanggapan dari dalam diri dan tanggapan dari luar mengenai penampilan dirinya.

Kecemasan itu selalu dihilangkan dan merasa perlu mendengar tanggapan orang lain tentang dirinya. Yang mengetahui dirinya hanyalah diri mereka sendiri dan orang-orang yang dekat dengan mereka seperti misalnya keluarga dan teman-temannya. Penghargaan atas dirinya juga turut serta dalam konsep diri seseorang. Begitupula dengan pria metroseksual pada sosok pria metroseksual di Kota Medan ini. Menurut pengakuan informan, masyarakat menilai pria metroseksual dengan positif. Dari penilaian masyarakat tersebut pada akhirnya menumbuhkan rasa percaya diri dan membuat pria metroseksual di Kota Medan memiliki harga diri yang tinggi dilingkungannya

Komunikasi Interpersonal Laki-Laki Metroseksual

Menjadi makhluk sosial, komunikasi sangat penting untuk kelangsungan hidup dan koneksi dengan orang

lain. Salah satu jenis komunikasi, khususnya komunikasi interpersonal, dapat memfasilitasi perkembangan yang lebih dalam dari hubungan yang dibangun. Menurut konsep komunikasi interpersonal ([Hardjana, 2003](#)) komunikasi tatap muka adalah kontak antara dua atau lebih individu di mana pengirim dapat mengirimkan pesan secara langsung dan penerima dapat menerima dan merespons secara langsung juga. Menurut [Mulyana \(2008\)](#), komunikasi interpersonal adalah komunikasi tatap muka yang memungkinkan setiap peserta untuk segera memahami reaksi lisan atau nonverbal orang lain. Interaksi interpersonal dapat membentuk identitas seseorang secara sadar atau tidak sadar.

Konsep diri merupakan kombinasi dari berbagai aspek salah satunya ialah aspek sosial ([Burns, 1979](#)). Aspek sosial meliputi peranan sosial yang dimainkan individu atau kemampuan dalam berhubungan dengan lingkungan sekitar dan penilaian individu terhadap peranannya (Widjayanti dalam [Maslow, 1984](#)). Dari keenam informan yaitu Rahmad Ramadhan, Ridwan Hadi, Ahmad Fauzi, Naufal Akbar, Ilham Pratama dan Habib Ahmad mengutarakan hal-hal yang hampir senada, berkaitan dengan aspek sosial, seperti Ridwan memiliki harapan agar lingkungan sosialnya menilai dirinya secara positif dengan berpenampilan rapi dan merawat diri, walaupun tidak jarang ia mendapatkan stigma negative sebagai gay, Fuzi dan Naufal juga mengutarakan hal yang selaras ditempat yang berbeda Ilham dan Habib berharap masyarakat bisa melihat bahwa melakukan perawatan diri bukan hanya kebutuhan wanita, namun juga pria apalagi dimasa sekarang ini. Demikian juga Ridwan, Naufal, dan Habib memiliki pengharapan yang sama akan dirinya di lingkungan masyarakat, supaya masyarakat tahu bahwa berpenampilan rapi dan merawat diri itu perlu tidak melihat genre lelaki ataupun perempuan.

Namun tidak di pungkiri mereka para informan memiliki sedikit kecemasan mengenai tanggapan orang lain tentang diri mereka, seperti yang di paparkan Rahmad, di temui di rumah nya iya mengatakan sedikit khawatir akan tanggapan orang lain terhadap penampilannya, namun dia berusaha *stay* positif toh menurutnya merawat diri itu penting dan juga.

Kondisi pria metroseksual di Indonesia telah mencapai titik di mana mereka bersedia memamerkan penggunaan produk kosmetik sehari-hari seperti pensil alis, tabir surya, produk perawatan kulit dan rambut, dan alas bedak. Tujuannya agar tampil lebih bersih dan menarik.

Konsep Diri Laki-Laki Metroseksual

Konsep diri laki-laki metroseksual pada para informan 6 pria laki-laki metroseksual yang ada di kota Medan terutama daerah Medan Tembung adalah bentuk kesadaran akan penampilan diri meliputi fisik, diri pribadi, sosial, dan etika terhadap pendapat, penilaian dan pandangan orang lain. Sejalan dengan apa yang dipaparkan (Mead, 2018), konsep diri tidak muncul begitu saja melainkan dibentuk dari kontak sosial antar individu dan pengalaman yang kemudian mempengaruhi pikiran sehingga mendorong sebuah tindakan diri.

Sama halnya yang diyakinkan Mead (2018) mengenai konsep diri dalam teori interaksionisme simbolik yang mana diri dapat bersifat sebagai objek maupun subjek, objek yang dimaksud berlaku pada diri sendiri sebagai konsep 'me' yaitu 'daku' melalui suara dan harapan-harapan dari masyarakat sehingga diri akan mengalami proses internalisasi dan interpretasi, subjek sebagai konsep 'I' yaitu 'aku' atas unsur yang terdiri dari dorongan pengalaman ambisi dan orientasi pribadi berdasarkan realitas sosial yang luas (Kertanegara & Wulantari, 2021).

Dari paparan mengenai kriteria informan pada penelitian ini, kita bisa mengambil benang merah yang dimaksud sebagai laki-laki metroseksual, yaitu seorang laki-laki yang memiliki kepedulian tinggi atas penampilannya. Kepedulian ini bukan sekedar tampil rapih, namun dapat menjadi pusat perhatian atas apa yang ia kenakan. Laki-laki dengan gaya hidup metroseksual bagi mahasiswa tentu membutuhkan budget yang tidak sedikit. Bukan lagi dalam hitungan puluhan ribu tetapi bisa mencapai ratusan bahkan jutaan. Seperti halnya dalam pemilihan produk pakaian yang dikenakan kebanyakan dari mereka memilih barang branded ternama baik dari luar negeri ataupun lokal. Ditambah pengeluaran lainnya yaitu perawatan wajah seperti *skincare*, dan perawatan tubuh seperti gym (Schlarbaum & Warshaw, 2021). Analisa pembentukan konsep diri ini melalui pemikiran Mead tentang pikiran (*mind*) dan masyarakat (*society*). Melalui analisa ini, kita dapat mengetahui bagaimana konsep diri seorang laki-laki metroseksual terbentuk.

Pemaknaan Metroseksual

Dalam memaknai metroseksual, analisis ini menggunakan konsep *mind* pada perspektif interaksionisme simbolik tercipta dari sebuah interaksi dengan individu lain yang akhirnya membuat individu yang bersangkutan mengembangkan pikirannya

untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama (Siboro, 2019). Konsep ini merujuk informan laki-laki metroseksual sebagai objek atau konsep me yaitu daku, proses pemikiran ini dibentuk melalui sikap-sikap orang lain yang membentuk me, kemudian terorganisasi dan memberikan reaksi terhadapnya sebagai I.

Jika dianalogikan pada semua informan tindakan sosial laki-laki metroseksual yang sangat terlihat di masyarakat ialah memperhatikan penampilan sebagai suatu hal yang perlu dilakukan dalam keseharian guna menjaga keselarasan dan keserasian ketika berinteraksi dengan orang lain. Penampilan secara umum adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan diri luar manusia yang dapat dilihat secara visual dan sebagai gambaran diri seseorang (Triswidiastuty, Franz, & Kahija, 2015b). Laki-laki metroseksual memiliki antusias tinggi terhadap penampilan sama seperti para informan yang tiap individunya memiliki penampilan yang berbeda-beda dengan ciri khas masing-masing karena dalam berpenampilan mereka selalu memikirkan lebih dulu bagaimana tampilan trendi untuk dirinya namun hasilnya berbeda dengan yang lain (Sarpila, 2021).

Munculnya laki-laki metroseksual ini salah satu penyebabnya adalah karena makin banyak perempuan yang bekerja, kemunculannya di dunia kerja menuntut rekan kaum laki-laki untuk menjaga penampilann misalnya dengan berbusana rapi, bertubuh bugar dan berbau harum (Nasution, 2018).

Dari hasil tanggapan infroman menjelaskan bahwa tampil laki-laki metroseksual acapkali dipengaruhi lingkungan. Bagaimana media sosial mengharuskan laki-laki berpenampilan menarik dimana pekerjaannya yang mengharuskan ia tampil menarik dan pada akhirnya menjadi sebuah kebiasaan yang diharuskan. Meskipun dunia sosial memiliki pengaruh besar terhadap pemaknaan penampilan seseorang, individu dapat menjadi subjek dimana ia dapat menentukan maksud dan tujuan ia tampil. Maka dari itu, penampilan menjadi simbol awal yang memiliki makna sebagai perkenalan metroseksual dengan lingkungannya (Ahadzadeh, Pahlevan Sharif, & Ong, 2017).

Tindakan Diri Metroseksual

Sebuah tindakan diri sebagai metroseksual dianalisis menggunakan konsep diri yang mana merupakan inti dari rujukan teori interaksionisme simbolik tercipta dari sebuah kontak sosial dan pengalaman yang berhubungan dengan orang lain. Tindakan ini merupakan pengambilan

peran dalam sebuah sosialisasi individu yang memunculkan sifat sebagai subjek atau konsep 'I' yaitu 'aku'. Maksudnya ialah respon organisme terhadap sikap-sikap orang lain yang hasilnya respon tersebut menghasilkan sebuah tindakan seseorang terhadap situasi sosial di dalam perilakunya sendiri (Mead, 2018). Sama halnya sebuah gambaran seseorang mengenai dirinya dipengaruhi bagaimana individu tersebut menelaah gambaran orang lain terhadap dirinya.

Dalam konsep diri laki-laki metroseksual, mereka mempunyai sebuah keinginan untuk menunjukkan bahwa mereka merupakan laki-laki normal seperti pada umumnya yang tidak memiliki disorientasi seksual. Walaupun penampilannya yang terkesan berbau feminim, mereka hanya laki-laki yang menjaga penampilannya dan tetap menyukai lawan jenis (Hasandra, 2016).

Fenomena laki-laki metroseksual yang biasa dijumpai dengan berbagai profesi yang menuntut mereka untuk lebih memperhatikan penampilannya kini sudah merambah luas hingga ke ranah pelajar maupun mahasiswa. Sekalipun sebagian dari mereka ada yang menyadari dan ada juga yang tidak menyadari bahwa karakteristik, tingkah laku dan gaya hidup mereka tergolong masuk kedalam ciri metroseksual, tetapi masyarakatlah yang menilai bagaimana individu tersebut. Dari gaya hidup dan penampilan metroseksualnya, memunculkan konsep dirinya dimana mereka ingin menunjukkan maksud dan tujuannya dalam berpenampilan (Nasution, 2018).

Konsep diri adalah faktor penentu dalam komunikasi interpersonal karena mempengaruhi tindakan individu. Laki-laki metroseksual yang terkenal sangat peduli dengan penampilan membuatnya tidak pernah meninggalkan apa yang menjadi andalan baginya untuk terus membangun image-nya. Tak heran jika para lelaki Metroseksual selalu memperlihatkan kesan pribadi yang rapih. Namun sebaliknya ketika ia dalam keadaan penampilan yang kurang rapih, hal tersebut dapat mempengaruhi dirinya menjadi kurang percaya diri. Karena laki-laki metroseksual selalu menunjukkan sisi terbaik dirinya tak heran jika mereka memiliki gaya penampilan ciri khas tersendiri agar berbeda dari yang lain, sehingga mereka lebih mudah dihafal oleh lingkungannya dibanding kebanyakan laki-laki pada umumnya.

Dari hasil observasi yang dilakukan para laki-laki metroseksual memang memiliki gaya-gaya penampilan yang sangat menggambarkan dirinya karena ia selalu mengikuti perkembangan tren dan memperhatikan cara

orang lain berpakaian. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa ia juga memiliki banyak referensi fashion dunia barat. Adapun beberapa role mode fashion yang mereka ikuti untuk menjadi referensi tambahan. Beberapa role mode yang digemari informan dapat dilabelkan sebagai master dari laki-laki metroseksual khususnya David Beckham yang dijadikan Simpson sebagai ikon metroseksual karena sangat mencirikan laki-laki metroseksual (Lestari, 2020).

Tak hanya dari budaya Barat saja, budaya korea terutama korea selatan menjadi sebuah kiblat di era zaman sekarang juga. budaya korea memang cukup banyak disukai oleh para pekerja, mahasiswa, dan pelajar baik itu laki-laki maupun perempuan. Bukan hanya dunia hiburannya yang sangat melejit melainkan dunia fashion-nya juga cukup tinggi dengan nuansa simpel namun tetap elegan dan yang terpenting dapat digunakan baik untuk laki-laki maupun perempuan. Berbarengan dengan banyaknya referensi mengenai *style fashion*, keberadaan tempat juga menentukan gaya penampilan yang sesuai untuk kenyamanan laki-laki metroseksual (Siboro, 2019). Laki-laki metroseksual selalu berusaha menjaga penampilannya untuk tetap terlihat rapih dengan berbagai nuansa yang diinginkan. Perawatan diri penting bagi metroseksual karena keasyikan mereka dengan mempertahankan penampilan tanpa cacat dari ujung kepala sampai ujung kaki setiap saat. Sebagai hasil dari kepedulian mereka terhadap penampilan mereka, metroseksual lebih peduli dengan kesehatan mereka, berolahraga secara teratur dan menjadikan kunjungan ke pusat kebugaran sebagai kebiasaan sehingga tubuh mereka selalu kencang dan bugar.

Rutinitas olahraga laki-laki metroseksual tidak melulu untuk mendapatkan bentuk tubuh yang sixpack dengan melakukan kegiatan olahraga seperti fitness guna memiliki tubuh yang sehat dan bugar. Dibarengi dengan pola makan yang sehat dan tidak mubazir. Sekalipun objek dari penelitian ini tergolong lebh banyak mahasiswa yang terkadang pendapatannya tidak menentu, tidak akan terjadi pengaruh signifikan pada anggaran perawatan tubuh laki-laki, bahkan terdapat kemungkinan akan meningkat sesuai kebutuhan. Sebab mereka selaluberusaha melakukan berbagai cara untuk menunjang penampilannya

Sebuah perawatan membutuhkan biaya yang tidak sedikit adanya. Baik apapun bentuk perawatannya, masyarakat yang masih tabu akan laki-laki metroseksual hanya tau jika kegiatan tersebut biasa dilakukan oleh perempuan seperti memanjakan wajah. Perawatan wajah

acap kali identik dengan kegiatan rutin sehari-hari seorang perempuan dengan tujuan terlihat lebih cantik dengan beragam makna masing-masing.

Seleksi Diri pada Lingkungan

Proses seleksi diri pada lingkungan ini di analisis menggunakan salah satu penjabaran teori [Mead \(2018\)](#) yaitu *society*, dimana individu berperan secara keseluruhan sebagai subjek dan objek perpaduan antara *I* dan *me* dalam aktivitas- aktivitas sosial. Dalam konsep diri kebaikan universal, ada sekelompok sikap welas asih di mana respons yang ditimbulkan seseorang pada orang lain dan dalam dirinya adalah sama. Kombinasi ini menghasilkan pengalaman emosional yang mendalam; Semakin besar ruang lingkup proses sosial yang terlibat, semakin besar rasa kebahagiaan dan respons emosional yang ditimbulkan.

Sebuah lingkungan memiliki pengaruh besar dalam pembentukan diri setiap orang. Ketika manusia dilahirkan ke dunia, milieu pertama yang akan mereka temui adalah keluarga, di mana orang tua memainkan peran penting dalam sosialisasi dan persepsi diri anak. Kemudian, dalam lingkungan sosial, teman sebaya menjadi tempat paling penting untuk interaksi setelah keluarga.

Pria metroseksual sadar bahwa definisi diri mereka menghasilkan pendapat dan anggapan yang berbeda [\(Hasandra, 2016\)](#). Mereka juga mengetahui sebab apa yang menyebabkan perbedaan itu muncul, dan dari data hasil observasi peneliti ketika metroseksual di hadapkan dengan nilai-nilai masyarakat yang sudah berkembang dimana laki-laki tidak seharusnya mempercantik diri dengan memperdulikan penampilan secara berlebihan layaknya perempuan [\(Schlarbaum & Warshaw, 2021\)](#).

Penampilan metroseksual yang terbilang narsis dan berbau feminim masih tabu di beberapa kelompok masyarakat yang melihatnya seperti menyimpang dari norma-norma maskulinitas laki-laki pada umumnya, karena tingkah laku yang di tunjukkan laki-laki metroseksual dengan tingkat kepedulian yang tinggi terhadap penampilan seperti layaknya perempuan bahkan bisa melebihi perempuan. Dari sinilah laki-laki metroseksual memiliki harapan dari penampilan yang ditunjukkannya terhadap masyarakat.

Dari penjelasan konsep diri mahasiswa laki-laki metroseksual diatas, jika kita bandingkan dengan laki-laki metroseksual di kalangan pekerja menyesuaikan dengan rujukan dari penelitian-penelitian terdahulu, antara mahasiswa laki-laki metroseksual dengan laki-laki

metroseksual kalangan pekerja memiliki banyak kesamaan. Konsep diri pria metroseksual, baik murid maupun karyawan, menunjukkan konsep diri positif, karena mereka pria metroseksual tahu betul bagaimana mereka, menurut penelitian ini dan beberapa penelitian sebelumnya. Dengan tampilan yang trendi, rapi, bersih, dan wangi serta mempertontonkan aura positif mereka mampu menarik lawan jenis [\(Chiu, Wang, Ho, Zhang, & Zhao, 2019\)](#).

Gaya hidup yang mereka jalani merupakan pilihan mereka sendiri dengan beberapa faktor pendorongnya yang menjadi kebiasaan dan akhirnya sangat mempengaruhi rasa kepercayaan diri mereka terutama ketertarikan mereka terhadap barang-barang branded asing yang juga mempengaruhi percaya diri mereka dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya [\(Wiley, Pan, De, & Hamilton, 2018\)](#). Selain itu faktor yang mempengaruhi konsep diri mahasiswa laki-laki metroseksual dengan kalangan pekerja secara garis besar karena faktor jenis kelamin (gender), lingkungan, dan media sosial. Walaupun mereka berbeda dengan laki-laki pada umumnya karena lebih menunjukkan sisi feminimnya, tetapi mereka tetap seorang laki-laki yang lekat pada dunianya.

Hal yang membedakan mahasiswa laki-laki metroseksual dalam penelitian ini adalah keyakinan mereka bahwa konsep mereka tentang diri mereka sebagai laki-laki metroseksual terbatas pada kesombongan diri untuk kesenangan. Alasan untuk ini adalah bahwa pembelian dan perawatan terutama dilakukan untuk memuaskan kesenangan pribadi, sementara kepentingan lain memiliki batas yang wajar. Oleh karena itu, tidak dapat dikatakan bahwa siswa metroseksual adalah pria metroseksual sejati, melainkan bahwa mereka adalah setengah pria metroseksual. Sedangkan laki-laki metroseksual kalangan pekerja bukan hanya sekedar peduli akan penampilan namun juga pentingnya kesuksesan diri dalam mengejar karirnya dan hal itu membutuhkan modal yang tidak sedikit sehingga tidak semua laki-laki mampu menjadi sosok laki-laki metroseksual sejati [\(Wardhani, Wahyuddin, Deviyanti, Perdana, & Trisnawati, 2022\)](#).

Selain itu, pria metroseksual di antara pekerja jarak jauh dapat menerima dan memahami sejumlah fakta yang sangat beragam tentang diri mereka sendiri, menghasilkan evaluasi diri yang positif, berbeda dengan siswa metroseksual yang emosinya terkadang tidak stabil dan yang tidak dapat menerima negosiasi yang beragam dengan itikad baik.

Hambatan Komunikasi Interpersonal dan Konsep Diri Laki-Laki Metroseksual

Sebagai makhluk sosial manusia pada hakikatnya ialah makhluk yang berinteraksi dalam kesehariannya. Mengacu pada teori interaksionisme simbolik yang ditekankan oleh Mead bahwasannya dalam lingkungan masyarakat, manusia tidak akan terlepas dari interaksi sosial dan interaksi dalam masyarakat mewujudkan adanya simbol-simbol tertentu yang sifatnya cenderung dinamis.

Dalam hal ini sebuah interaksi memiliki peran penting bagi kehidupan manusia di berbagai sisi termasuk dari adanya buah pemikiran pembentukan konsep diri laki-laki metroseksual. Indikator interaksi laki-laki metroseksual di kategorikan berdasarkan interaksi verbal seperti gaya bahasa sehari-hari, pembawaan sifat dan perilaku terhadap komunikasi, serta tanggapan terhadap stigma (Utami & Demartoto, 2022). Sementara interaksi non-verbal mereka, seperti bahasa tubuh, isyarat, atau simbol, digunakan untuk menyampaikan informasi. Sejalan dengan permasalahan yang ada, peneliti ingin menjelaskan sebuah bentuk interaksi laki-laki metroseksual yang tidak berkaitan dengan interaksi laki-laki homoseksual. Mengapa demikian, dikarenakan metroseksual ini sering kali di identikkan ataupun mendapat stigma sebagai homoseksual padahal kenyataannya metroseksual tidak ada hubungannya dengan homoseksual sekalipun gaya hidup mereka memiliki kesamaan namun tidak seharusnya dinilai sebelah mata bahwa otomatis mereka sama (Vidianti, 2017).

Kehidupan laki-laki metroseksual ditengah kota dengan gaya hidup yang cukup hedonis membuat kebanyakan masyarakat masih tabu terhadap arti metroseksual yang sebenarnya. Alhasil masyarakat yang masih tabu menganggap seorang laki-laki metroseksual keluar dari jalur nilai dan norma laki-laki di mata masyarakat dan dianggap seperti laki-laki homoseksual karena sama-sama memiliki minat kepedulian tinggi terhadap penampilan diri. Perbandingan antara metroseksual dengan homoseksual mungkin sulit untuk di bedakan tetapi jika di perhatikan secara detail perbedaan mereka terletak terhadap orientasi seksualnya dan tingkah laku yang ditunjukkan.

Seperti yang sudah dijelaskan, metroseksual ialah seorang laki-laki heteroseksual yang sangat peduli dengan penampilan prima, tetapi ia tetap menyukai lawan jenisnya dan menunjukkan sifat maskulinnya. Sedangkan homoseksual yang biasa disebut gay walaupun sama-

sama memiliki kepedulian yang cukup tinggi terhadap penampilan tetapi mereka cenderung menyukai sesama jenis dan biasa menunjukkan sifatnya yang jauh lebih feminim atau lebih dikenal dengan kata ngondek (laki-laki dengan sifat dan tingkah laku yang sangat kemayu) (Zarwell, Ransome, Barak, Gruber, & Robinson, 2019).

Dikarenakan beberapa masyarakat yang masih tabu terhadap metroseksual baik itu melalui penampilan, tingkah laku dan gaya hidupnya, sehingga sering kali laki-laki metroseksual mendapatkan stigma-stigma negative untuk dirinya. Karena ketika berbicara mengenai sebuah value, laki-laki metroseksual cenderung jauh dari nilai-nilai budaya laki-laki secara umum.

Kok kau kayak gini sih bajunya... aku juga sempet dikira orang homo gitu. Waktu itu aku pernah dateng ke pelantikan sebuah acara deh gitu, aku kan udah mulai dress-up gitu kan ya. 'Ko kau agak heboh sih terus muka kau agak kinclong' yang lain kan cowok tuh pake kemeja polo gitu doang. Jaketnya ya gimana sih ngerti gak orang yang kurang melek gitu yang beli jaketnya yang ada aja gitu. Kan gua beda ya, jaket ini lucu gak sih, agak norak gak sih gitu (Wawancara dengan Ridwan Hadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi)

Selain stigma dari penampilan metroseksual, informan juga kerap mendapatkan stigma gay dari lingkungan kampusnya.

Oh aku pernah dapet stigma dari anak kampus, aku baru tahu baru-baru ini juga. aku dari semester 4 tuh aku udah pake Lip Balm gitu, dan salah satu temen aku malah bilang gini, aku ngiranya belok tahu katanya (Wawancara dengan Ridwan Hadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi)

Berbagai stigma-stigma yang biasa di dapati baik itu penampilan ataupun penilaian gay terhadap laki-laki metroseksual biasa terjadi ketika ia beranjak pada sebuah lingkungan baru (Ningsih, 2017). Dan menjadi hal biasa terjadi dari sebuah lingkungan baru yang teruntuk pertama kalinya bertemu sehingga membuat masyarakat memandang laki-laki metroseksual dengan sebelah mata selain itu minimnya pembelajaran gender juga dapat menimbulkan stigma tersebut. Walaupun sifat metroseksual yang terkenal keramahannya tetapi tidak ada yang tidak mungkin jika metroseksual juga dapat merespon sebaliknya dengan individu lain ketika dihadapi persoalan tersebut.

Respon informan diatas menjelaskan bahwa laki-laki metroseksual sama halnya dengan laki-laki pada umumnya yang sifatnya juga bisa berubah jika ada sesuatu

yang membuat dirinya jenuh dan sangat tidak nyaman. Namun lambat laun laki-laki metroseksual terbiasa dengan stigma-stigma yang bisa muncul kapan saja karena itu adalah salah satu konsekuensi yang pasti akan sering dijumpai. Dalam pendirian metroseksual dibanding memusingkan permasalahan yang ada dengan memendam dalam diri, nantinya bisa mengganggu kesehatan mentalnya lebih baik baginya menyampaikan apa yang membuatnya menjadi tidak nyaman ([Megawati & Abdullah, 2017](#)).

Seperti yang sudah dijelaskan dalam gambaran umum pada karakteristik metroseksual menyesuaikan dengan rujukan dari penelitian-penelitian terdahulu. Interaksi sosial antara mahasiswa laki-laki metroseksual dengan laki-laki metroseksual kalangan pekerja memiliki kesamaan yang tidak jauh berbeda yaitu sama-sama terkenal sangat sifat dan perilaku yang friendly, humble, lembut, dan sopan. Selain itu mereka juga mudah beradaptasi dengan cepat terhadap lingkungan baru, mereka juga sangat memperhatikan etika dalam berkomunikasi terutama interaksi mereka terhadap pasangan lawan jenisnya atau sejenis cenderung memberi kesan romantik.

Hanya saja topik pembahasan interaksi antara kalangan mahasiswa dengan kalangan pekerja sangatlah berbeda contohnya perbedaan topik tugas kampus dengan tugas pekerjaan. Kemudian dalam tingkat kedewasaan laki-laki metroseksual kalangan pekerja lebih bisa menahan diri untuk tidak menunjukkan emosinya dalam berinteraksi dibanding mahasiswa laki-laki metroseksual. Dalam interaksi non-verbal kalangan pekerja yang lebih beragam dari jenis orientasi seksual antara heteroseksual dengan homoseksual sehingga dalam penggunaan bahasa terdapat kalangan pekerja yang menggunakan bahasa khusus gay sedangkan mahasiswa pada penelitian ini hanya sebatas bahasa isyarat dengan kode-kode yang normal ([Azhari, Susanti, & Yulia Wardani, 2019](#)).

SIMPULAN

Laki-laki metroseksual tertarik terhadap barang-barang *branded* asing karena mempengaruhi tingkat percaya diri mereka dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Interaksi sosial pria metroseksual dan lingkungannya umumnya positif. Biasanya, mahasiswa laki-laki metroseksual berkomunikasi dengan lembut. Mereka terlibat dalam interaksi ramah dengan pelanggan metroseksual lainnya dan lingkungan sekitarnya. Mereka sangat jarang menggunakan bahasa

kasar, tetapi terbiasa berbicara dengan suara keras dan riuh ketika tertawa bersama teman-teman mereka; Sebaliknya, mereka juga dapat menggunakan bahasa yang lembut dan akrab, terutama ketika berbicara dengan lawan jenis atau orang tua. Akan mudah bagi mereka untuk bersosialisasi di tengah-tengah masyarakat dengan menggunakan berbagai gaya bahasa berdasarkan lingkungan tempat mereka tinggal, mengingat sifatnya, yang terkenal ramah, rendah hati, halus, dan ramah. Meskipun demikian, ia menekankan perbedaan antara dirinya dan homoseksual, baik dalam hal interaksi maupun penampilan fisik. Begitu pula dengan interaksi non-verbalnya, mereka menganggap penyampaian yang komunikatif dengan lembut dan hangat terhadap pasangannya dapat membuat lebih nyaman dan terkesan *romantic*. Selain itu, penampilan mereka menunjukkan bahwa mereka tidak mengabaikan sisi maskulin pria untuk mengurangi stigma negatif yang terkait dengan laki-laki Metroseksual.

Hasil penelitian diharapkan mampu masyarakat umum diharapkan lebih *open minded* bahwasanya laki-laki metroseksual tidak dapat disamakan secara otomatis dengan laki-laki homoseksual dikarenakan dua hal tersebut memiliki pembedaan yang jauh berbeda. Dan diharapkan dapat menghargai apa yang menjadi pilihan hidup laki-laki metroseksual secara keseluruhan. Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan bahan kajian dan dapat meneliti lebih lanjut terkait konsep diri laki-laki metroseksual.

DAFTAR PUSTAKA

- Adid, A. W. (2019). Hedonisme Dalam Lirik Lagu Dangdut. *sarasvati*, 1(2), 29–42. <https://doi.org/10.30742/SV.V1I2.737>
- Ahadzadeh, A. S., Pahlevan Sharif, S., & Ong, F. S. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior*, 68, 8–16. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2016.11.011>
- Apriati, Y. (2019). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Rokok Dan Susu L-Men. *Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi*, 1. Diambil dari <https://repositori.ulm.ac.id/handle/123456789/20510>
- Azhari, N. K., Susanti, H., & Susanti, I. Y. (2019). Persepsi Gay Terhadap Penyebab Homoseksual. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 7(1), 1-6. <https://doi.org/10.26714/jkj.7.1.2019.1-6>

- Burns, R. B. (1979). *The self concept in theory, measurement, development, and behaviour* (hal. 341). hal. 341.
- Chiu, C. L., Wang, Q., Ho, H. C., Zhang, J., & Zhao, F. (2019). Metrosexual trend in facial care products: Analysis of factors that influence young Chinese men purchasing intention. *https://doi.org/10.1080/20932685.2019.1639527*, 10(4), 377–397. <https://doi.org/10.1080/20932685.2019.1639527>
- Danil, E. (2021). *Korupsi: Konsep, Tindak Pidana Dan Pemberantasannya - Rajawali Pers*. Diambil dari https://books.google.co.id/books/about/Korupsi_Konsep_Tindak_Pidana_Dan_Pembera.html?id=7PubEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Falomir-Pichastor, J. M., Berent, J., & Anderson, J. (2019). Perceived Men's Feminization and Attitudes Toward Homosexuality: Heterosexual Men's Reactions to the Decline of the Anti-Femininity Norm of Masculinity. *Sex Roles*, 81(3–4), 208–222. <https://doi.org/10.1007/S11199-018-0985-6>
- Habib, M. A. F., Ratnaningsih, A. P. A., & Nisa, K. K. (2020). The Construction Of The Ideal Male Body Masculinity in The Mister International Pageant. *Journal of Urban Sociology*, 2(2), 4. <https://doi.org/10.30742/JUS.V2I2.993>
- Hasandra, M. A. (2016). *Konsep Diri Pria Metroseksual Kota Surabaya (Studi Deskriptif tentang Konsep Diri & Stigma Masyarakat terhadap Pria Metroseksual di Kota Surabaya)*. Diambil dari <http://lib.unair.ac.id>
- Hardjana, A. M. (2003). *Komunikasi intrapersonal dan interpersonal*. Karnisius.
- Islamiah, N. (2021). Representasi Maskulinitas Pria dalam Iklan Kosmetik (*Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Kosmetik Nature Republic Di Instagram*).
- Kertanegara, R., & Wulantari, R. A. (2021). Resepsi Laki-Laki Urban Jakarta terhadap Konsep Laki-Laki Gentroseksual di Majalah FHM. *CommLine*, 6(1), 1–10. Diambil dari <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/view/601>
- Kribo, D. DI, Dwi Sanjaya, H., & Agung Esfandari, D. (2017). *Konsep Diri Mahasiswa Pria Metroseksual Berambut Keriting*. 2(1), 42–55.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Landry, N., Desrochers, J. E., Hodges-Simeon, C., & Arnocky, S. (2019). Testosterone, facial and vocal masculinization and low environmentalism in men. *Journal of Environmental Psychology*, 64, 107–112. <https://doi.org/10.1016/J.JENVP.2019.05.007>
- Lertwannawit, A., & Gulid, N. (2010). Metrosexual Identification: Gender Identity And Beauty-Related Behaviors. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 9(11). <https://doi.org/10.19030/IBER.V9I11.34>
- Lestari, S., & Pudrianisa, G. (2022). Komunikasi simbolik kelompok Gay Semarang. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(2), 699–718. <https://doi.org/10.25139/JSK.V6I2.4929>
- Madani, T. L. M. (2021). *Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual Dalam Akun Instagram @bramastavr1*.
- Maslow, A. H. (1984). *Motivasi dan kepribadian : teori motivasi dengan ancangan hirarki kebutuhan manusia*. Pustaka Binaman Pressindo.
- Mead, G. H. (2018). *Mind, Self & Society*. edited. Yogyakarta: Forum Grup Relasi Inti Media (Anggota IKAPI).
- Megawati, U., & Abdullah, I. (2017). Pandangan Empat Mahasiswa Tentang Pria Metroseksual. Diambil 14 November 2022, dari Perpustakaan Universitas Gadjah Mada website: <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/114638>
- Mulyana, A. (2014). Gaya Hidup Pria Metroseksual di Majalah " Representasi Gaya Hidup Pria etroseksual di Majalah Pria Ibukota. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(01), 69–86.
- Mulyana, A. (2022). *Gaya Hidup Metroseksual Perspektif Komunikatif*.
- Mulyana, D. (2008). *Komunikasi Efektif: suatu pendekatan lintas budaya*. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, M. S. (2018). *Konsep Diri Pria Metroseksual (Studi Etnografi Di kota Medan)*. Diambil dari <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/5881>

- Ningsih, W. L. (2017). *Penerimaan Fanboy di Surabaya Terhadap Gambaran Pria Metroseksual yang Dipresentasikan melalui Music Video Oleh Boyband K-Pop BIG BANG Universitas Airlangga*. Diambil dari <http://lib.unair.ac.id>
- Nurhaliza, W. O. S., Puspita, R., & Lestari, P. D. (2020). Representasi Pria Metroseksual pada Iklan OVO-Tokopedia Edisi Playcoy. *Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal (JPRMEDCOM)*, 2(2), 42-57. <https://doi.org/10.35706/JPRMEDCOM.V2I2.4555>
- Nurlaili, K. (2022). *Representasi Pria Metroseksual Dalam Video Musik Donghae Feat Jen0 NCT Berjudul California Love*.
- Ony, G., & Johan, L. (2020). *Analisis Pengaruh Gaya Hidup Pria Metroseksual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion*. Diambil dari <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1733019>
- Prahastami, K. K. (2019). *Dinamikan Relasi Pertemanan pada Kaum Gay*
- Rabbani, M. T. (2017). *Citra Diri Pria Metroseksual Di Kota Makassar (Studi Kasus Komunikasi Antarpribadi Member Celebrity Fitness)* (hal. 3). hal. 3. Diambil dari <https://core.ac.uk/download/pdf/89565161.pdf>
- Rachmadani, S. (2016). *Studi Fenomenologi tentang Dinamika Komunikasi Sosial Pria Metroseksual di Kota Makassar*.
- Rahmawati, Y. (2019). *Penggambaran laki-laki metroseksual dalam iklan Nature Republic Bamboo Charcoal Nose&T-Zone Pack versi EXO*.
- Redcay, E., & Schilbach, L. (2019). Using second-person neuroscience to elucidate the mechanisms of social interaction. *Nature Reviews Neuroscience* 20:8, 20(8), 495–505. <https://doi.org/10.1038/s41583-019-0179-4>
- Sabillah, M. S. (2021a). *Presentasi Diri Pria Metroseksual Di Masyarakat Urban*. Diambil dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58590>
- Sabillah, M. S. (2021b). *Presentasi Diri Pria Metroseksual Di Masyarakat Urban*. Diambil dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58590>
- Sanjaya, H. D., & Esfandari, D. A. (2019). Konsep Diri Mahasiswa Pria Metroseksual Berambut Keriting Dan Kribo Di Telkom University. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(1), 42. <https://doi.org/10.24198/jmk.v2i1.12126>
- Saputra, F. T., & Gunawan, D. (2020). Interaksi Simbolik Pria Metroseksual (Studi Fenomenologis pada Frontliner PT. Bank Central Asia KCU Gading Serpong Tangerang). *Dialektika Komunika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 8(2), 110–117. <https://doi.org/10.33592/DK.V8I2.685>
- Sarpila, O. (2021). The Metrosexual Who Never Visited Finland - The Eternal Gender Gap in Appearance-related Consumption. *Appearance as Capital: The Normative Regulation of Aesthetic Capital Accumulation and Conversion*, 57–70. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-708-120210004/FULL/EPUB>
- Schlarbaum, J. P., & Warshaw, E. M. (2021). Men's Facial Moisturizers in the Metrosexual Era. *Dermatitis*, 32(3), 185–194. <https://doi.org/10.1097/DER.0000000000000561>
- Siboro, N. (2019). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Komersil (Analisis Semiotika Roland Barthes Atas Iklan Susu L-Men Gain Mass Versi Anting Jatuh). *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 12(2). <https://doi.org/10.30813/S:JK.V12I2.1716>
- Trimartati, N., Negeri, S., Playen-Paliyan, P. J., & Kidul, G. (2014). *Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan*. 3(1).
- Triswidiastuty, S., Franz, Y., & Kahija, L. (2015a). Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual. *Jurnal EMPATI*, 4(2), 58–64. <https://doi.org/10.14710/EMPATI.2015.14892>
- Utami, C. M., & Demartoto, A. (2022). Gaya Hidup Mahasiswa Metroseksua Sebagai Representasi Maskulinitas Baru (Studi Kasus pada Mahasiswa Metroseksual di Universitas Sebelas Maret). *Journal of Development and Social Change*, 5(1), 1–10.

- <https://doi.org/10.20961/JODASC.V5I1.51698>
- Vidianti, D. H. (2017). *Laki-Laki Spornoseksual Dalam Media Sosial Instagram (Studi Kasus di Yogyakarta)*.
- Wahid. (2012). Karakter dan Perilaku Khas Konsumen Indonesia. *Jakarta*. Diambil dari <https://marketing.co.id/karakter-dan-perilaku-khas-konsumen-indonesia/>
- Wardhani, A. C., Wahyuddin, Y., Deviyanti, R., Perdana, R., & Trisnawati, R. T. D. S. (2022). Tri Pramana Values in Educational Pedagogy. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(3), 199. <https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0078>
- Wiley, J., Pan, X., De, A. F., & Hamilton, C. (2018). Why and how to use virtual reality to study human social interaction: The challenges of exploring a new research landscape. *British Journal of Psychology*, 109(3), 395–417. <https://doi.org/10.1111/BJOP.12290>
- Winarto, H. (2017). Ilmu Sosial dan Budaya Dasar. (*Jakarta : Bumi aksara 2014*), hal. 173.
- Woeryadi, A. P. (2021). *Penerimaan fans K-pop atas pesan laki-laki metroseksual dalam iklan Banila Co di Instagram*.
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and*.
- Zarwell, M., Ransome, Y., Barak, N., Gruber, D. A., & Robinson, W. T. (2019). PrEP indicators, social capital and social group memberships among gay, bisexual and other men who have sex with men. *Culture, Health and Sexuality*, 21(12), 1349–1366. <https://doi.org/10.1080/13691058.2018.1563912>