



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Landasan Teoretis

1. Komunikasi Intrapersonal

Ladasan awal dari penelitian ini adalah konsep Komunikasi Intrapersonal, dimana setiap orang akan melakukan komunikasi dengan dirinya sendiri sebelum memutuskan sesuatu. Menurut West dan Turner (2012:34), komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri. Ini merupakan dialog internal dan bahkan dapat terjadi saat bersama dengan orang lain sekalipun. Komunikasi intrapesonal biasanya lebih sering berulang daripada komunikasi lainnya. Konteks ini juga unik dibandingkan dengan konteks lainnya, karena konteks ini juga mencakup saat di mana kita membayangkan, memersepsikan, melamun, dan menyelesaikan masalah dalam kepala kita.

Komunikasi intrapersonal melibatkan penilaian tentang perilaku orang lain.

Menurut West dan Turner (2012:34), selain penilaian terhadap orang lain, komunikasi intrapersonal juga memberikan kesempatan bagi komunikator untuk menilai dirinya sendiri. Orang memiliki kemampuan untuk menilai dirinya sendiri. Kita mungkin pernah berpikir dengan serius mengenai kekuatan dan kekurangan diri dalam beberapa situasi tertentu. Seperti kita berpikir jika kita adalah komunikator yang handal namun bukan akuntan yang baik. Berkomunikasi dengan diri sendiri sering kali berakibat pada penghakiman diri sendiri.

Beberapa orang menganggap bahwa berbicara dengan diri sendiri adalah hal yang aneh, namun menurut Virginia Satir (West dan Turner, 2012:35) dialog-dialog internal ini dapat membantu individu-individu untuk memperkuat **penghargaan diri**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(*self-esteem*) seseorang – suatu orientasi positif yang dimiliki orang terhadap dirinya sendiri. Komunikasi intrapersonal sangatlah sulit; hal ini mengharuskan seseorang untuk menerima prestasi mereka dan menghadapi ketakutan dan kekhawatiran diri sendiri.

Diskusi mengenai komunikasi intrapersonal difokuskan pada peranan diri sendiri dalam proses komunikasi. Ketika seseorang berkomunikasi dengan dirinya maka proses tersebut dapat sepenuhnya disengaja (mengatakan kepada diri sendiri, “saya bagus dalam berpenampilan”) atau tidak disengaja (mengatakan kepada diri sendiri, “saya sungguh ceroboh”, setelah menghilangkan dompet di jalan). Komunikasi intrapersonal adalah jantung dari kegiatan komunikasi seseorang. Tanpa memahami diri sendiri, akan sulit untuk memahami orang lain. (West dan Turner, 2012:36)

2. Teori Interaksi Simbolik

a. Interaksi Simbolik

Peneliti menggunakan teori interaksi simbolik dalam penelitian ini. Menurut Syam (2012:48) interaksi simbolik merupakan sebuah kerangka referensi untuk memahami bagaimana manusia bersama manusia lainnya, menciptakan dunia simbolik dan bagaimana dunia ini, serta bagaimana nantinya simbol tersebut membentuk perilaku manusia. Makna-makna yang tercipta digunakan orang untuk berkomunikasi dengan diri sendiri maupun orang lain.

George Herbert Mead (Mulyana, 2008:11), mengatakan :

“Setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat, dan itu dilakukan melalui komunikasi. Jadi, kita mengenal diri kita lewat orang lain, yang tercermin yang memantulkan bayangan kita.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Asumsi dari teori interaksi simbolik (West dan Turner, 2012:104) adalah :

- 1) Manusia bertindak terhadap orang lain berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka.
- 2) Makna diciptakan dalam interaksi antarmanusia.
- 3) Makna dimodifikasi melalui sebuah proses interpretif.
- 4) Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain.
- 5) Konsep diri memberikan sebuah motif penting untuk berperilaku.
- 6) Orang dan kelompok-kelompok dipengaruhi oleh proses budaya dan sosial.
- 7) Struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial.

Simbol merupakan produk interaksi sosial, simbol sebagai dasar dari identitas diri dan kehidupan sosial. Weber (dalam Mulyana, 2013:16) mendefinisikan tindakan sosial sebagai semua perilaku manusia ketika dan sejauh individu memberikan suatu makna subjektif terhadap perilaku tersebut. Menurut Mulyana (2013:16) tindakan bermakna sosial sejauh berdasarkan makna subjektifnya yang diberikan individu atau individu-individu, tindakan itu mempertimbangkan perilaku orang lain dan karenanya diorientasikan dalam penampilannya.

Ralph LaRossa dan Donald C.Reitzes (dalam West dan Turner, 2012:98), mengemukakan bahwa interaksi simbolik memiliki tiga tema besar, yaitu : (1) pentingnya makna bagi perilaku manusia; (2) pentingnya konsep mengenai diri; (3) hubungan antara individu dengan masyarakat.



b. Konsep Interaksi Simbolik

Karya Mead (dalam Ardianto, 2011:135-136) yang paling terkenal menggaris bawahi tiga konsep kritis yang dibutuhkan dalam menyusun sebuah diskusi tentang teori interaksionisme simbolik. Tiga konsep ini saling memengaruhi satu sama lain dalam term interaksionisme simbolik. Dari itu, pikiran manusia (*mind*) dan interaksi sosial (*diri/self* dengan yang lain) digunakan untuk menginterpretasikan dan memediasi masyarakat (*society*) di mana kita hidup. Makna berasal dari interaksi dan tidak dari cara yang lain. Pada saat yang sama pikiran dan diri timbul dalam konteks sosial masyarakat. Pengaruh timbal balik antar masyarakat, pengalaman individu dan interaksi menjadi bahan bagi penelaahan dalam tradisi interaksionisme simbolik.

Mead (dalam West dan Turner, 2012:104) menjabarkan konsep penting dalam teori interaksi simbolik yaitu :

1) Pikiran (*Mind*)

Pikiran didefinisikan oleh Mead (dalam Ritzer dan Goodman, 2004:280) sebagai proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, tidak ditemukan di dalam diri individu; pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial.

Mead (dalam West dan Turner, 2012:105) mengatakan bahwa:

“dengan menggunakan bahasa dan berinteraksi dengan orang lain, kita mengembangkan apa yang disebut dengan pikiran, dan ini membuat kita mampu menciptakan *setting* interior bagi masyarakat yang kita lihat beroperasi di luar diri kita.”

Terkait erat dengan konsep pikiran adalah pemikir (*thought*), yang dinyatakan oleh Mead sebagai percakapan di dalam diri sendiri. Menurut Mead (dalam West dan Turner, 2012:105), salah satu dari aktivitas penting

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang diselesaikan orang melalui pemikiran adalah pengambilan peran (*role taking*), atau kemampuan untuk secara simbolik menempatkan dirinya sendiri dalam diri khayalan dari orang lain. Proses ini juga disebut pengambilan perspektif karena kondisi ini mensyaratkan bahwa seseorang menghentikan perspektifnya sendiri terhadap sebuah pengalaman dan sebaliknya membayangkannya dari perspektif orang lain.

2) Diri (*Self*)

Mead (dalam West dan Turner, 2012:106) mendefinisikan diri (*self*) sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri kita sendiri dan perspektif orang lain. Pada dasarnya diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek. Diri adalah kemampuan khusus untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek. Diri mensyaratkan proses sosial: komunikasi antarmanusia.

Mead percaya bahwa diri berkembang dari sebuah jenis pengambilan peran yang khusus – maksudnya, membayangkan bagaimana kita dilihat oleh orang lain, bukannya diri berasal dari intropeksi atau dari pemikiran sendiri yang sederhana. Menurut Mead (dalam West dan Turner, 2012:107), ia mengamati bahwa melalui bahasa orang mempunyai kemampuan untuk menjadi subjek dan objek bagi dirinya sendiri. Dasarnya diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai objek. Diri adalah kemampuan khusus untuk menjadi subjek maupun objek, untuk mempunyai diri, individu harus mencapai keadaan “di luar dirinya sendiri” sehingga mampu mengevaluasi diri sendiri, mampu menjadi objek bagi dirinya sendiri.

Sebagai subjek, kita bertindak, dan sebagai objek, kita mengamati diri kita sendiri bertindak. Mead menyebut subjek, atau diri yang bertindak,

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sebagai *I* dan objek, atau diri yang mengamati sebagai *Me*. *I* bersifat spontan, impulsif dan kreatif, sedangkan *Me* lebih reflektif dan peka secara sosial. *I* mungkin berkeinginan untuk pergi keluar dan berpesta setiap malam, sementara *Me* mungkin lebih berhati-hati dan menyadari adanya pekerjaan rumah yang harus diselesaikan ketimbang berpesta. Mead melihat diri sebagai sebuah proses yang mengintegrasikan antara *I* dan *Me*.

Analisis Mead mengenai “*I*” membuka peluang bagi kebebasan dan spontanitas. Ketika “*I*” memengaruhi “*Me*”, maka timbullah modifikasi konsep diri secara bertahap. Ciri pembeda manusia dan hewan adalah bahasa dan “simbol signifikan”. Simbol signifikan haruslah merupakan suatu makna yang dimengerti bersama. Ia terdiri dari dua fase, “*Me*” dan “*I*”. Dalam konteks ini “*Me*” adalah sosok saya sendiri sebagaimana yang dilihat oleh orang lain, sedangkan “*I*” adalah bagian yang memerhatikan diri saya sendiri. Dua hal yang itu menurut Mead menjadi sumber orisinalitas, kreativitas, dan spontanitas. Percakapan internal memberikan saluran melalui semua percakapan eksternal. Andai diri itu hanya mengandung “*Me*”, hanya akan menjadi agen masyarakat. Fungsi kita hanyalah memenuhi perkiraan dan harapan orang lain. Menurut Mead, diri juga mengandung “*I*” yang merujuk pada aspek diri yang aktif dan mengikuti gerak hati.

Mead menyebutkan, bahwa seseorang itu dalam membentuk konsep dirinya dengan jalan mengambil perspektif orang lain dan melihat dirinya sendiri sebagai objek. Untuk itu, ia melewati tiga tahap kerangka kerja dari Mead dan yang keempat dari Shibutani (Soeprapto, 2002:208-215) yaitu:

- a) Tingkat Persiapan (*The Preparation Stage*)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tingkat yang paling awal dari perkembangan diri sendiri adalah yang disebut sebagai tingkat persiapan, dengan kumpulan diri sendiri yang hampir primitif, yang merupakan tingkat presymbolis diri sendiri. Sebuah interaksi, sepanjang hanya merupakan peniruan, akan kurang memiliki arti, kurang memiliki pengertian simbolis. Tahap ini dikatakan tingkat persiapan karena benar-benar hanya peniruan murni dan objek-objek sosial termasuk diri sendiri belum didefinisikan dengan kata-kata yang memiliki arti.

b) Tingkat Permainan (*The Play Stage*)

Tingkat kedua disebut sebagai permainan, yakni kegiatan yang muncul sebagai permulaan dalam perkembangan individu. Objek yang pertama kali adalah sebagai peniruan, kini dilanjutkan dengan membagi maknanya dalam interaksi dengan orang lain.

Diri sendiri ditunjuk dan diberi nama oleh orang lain yang signifikan (*significant others*). Menurut Elkins dan Handel (dalam Soeprapto, 2002:210) *significant others* biasanya merupakan model peran, yang menyediakan pola-pola tingkah laku yang merupakan dasar bagi tingkah laku seseorang. Melalui model-model peran inilah, maka seorang anak mengembangkan kemampuannya untuk mengatur tingkah lakunya sendiri.

Bagi seorang anak, *significant others* mereka biasanya adalah orang tua, saudara-saudara, pahlawan film, atau teman-temannya. Siapapun *significant others* kita, apapun perannya dalam kehidupan kita, mereka adalah orang-orang yang penting karena pandangan objek sosial mereka terhadap kita.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Alasan mengapa Mead mengatakan sebagai tingkat permainan adalah bahwa anak menerima perspektif hanya dari satu *significant others* saja secara terpisah. Pada tingkat ini individu-individu belum mampu memandang dirinya sendiri dari perspektif orang banyak secara bersamaan.

c) Tingkat Pertandingan (*The Game Stage*)

Tingkat pertandingan adalah suatu fase dimana individu mewakili suatu kelompok dan dia merasa perlu menerima perspektif dari beberapa individu lain secara bersamaan. Hal ini menurut Mead diandaikan sebagai diri sendiri yang menggabungkan seluruh *significant others*. Diri sendiri kemudian menjadi diri sendiri yang tidak terpisah-pisah, yang berubah dalam interaksi, tetapi tidak mengubah *significant others* lain yang ditemui secara terus-menerus dalam setiap waktu.

Elkins dan Handel (dalam Soeprapto, 2002:214) mengatakan:

“Dalam satu arti, sosialisasi dapat disimpulkan dengan mengatakan bahwa segala sesuatu yang pertama kali berada di luar individu kini berada di dalam individu.”

Seorang anak menyatukan *significant others* ke dalam dunianya, dan menjadi orang lain yang digeneralisasikan (*generalized others*) mereka (baca: masyarakat). Konsep *generalized others* adalah semacam perspektif komposit dari mana kita melihat diri kita sendiri, keseluruhan perspektif cara orang lain melihat kita. Mereka adalah *significant others*, orang-orang terdekat kita, yang sangat penting karena reaksi mereka sangat berpengaruh dalam hidup kita.

d) Tingkat Kelompok Referensi (*The Reference Group*)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Rakhmat (2013:102), setiap kelompok mempunyai norma-norma tertentu. Ada kelompok yang secara emosional mengikat dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri. Hal ini yang disebut dengan kelompok rujukan.

Diri sendiri tidak memiliki kesatuan yang dinyatakan dalam konsep *generalized others*, namun terbagi sampai pada perluasan bahwa kelompok individu tersebut akan terbagi. Diri sendiri sebagai objek sosial berubah-ubah secara konstan dalam interaksi. William James (dalam Soeprpto, 2002:215) mengatakan bahwa :

“Seseorang memiliki diri sosial sebanyak yang ada di dalam individu-individu yang memerhatikan dan membawa gambaran dirinya dalam pikiran-pikiran mereka.”

Secara umum, kita memperlihatkan sisi diri yang berbeda kepada masing-masing kelompok yang berbeda.

Adapun dalam konsep diri menurut Rakhmat (2008:104-105), seseorang akan berusaha hidup sesuai dengan label yang direkatkan pada dirinya sendiri. Seseorang memiliki kecenderungan untuk bertingkah laku sesuai dengan konsep diri yang ia tanamkan di pikirannya. Konsep diri sendiri dibagi menjadi 2 yaitu konsep diri positif dan negatif.

Konsep diri positif dan negatif dapat diindikasikan melalui *looking-glass self* (cermin diri), di mana seseorang seakan-akan menaruh cermin di depan diri. Pertama, ia membayangkan bagaimana ia tampak pada orang lain; sekilas seperti melihat dalam cermin. Kedua, ia akan membayangkan bagaimana orang lain menilai penampilannya; apakah menarik atau tidak. Ketiga, ia akan mengalami perasaan dari hasil pembayangan tersebut baik bangga ataupun kecewa. (Rakhmat, 2008:99)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari ketiga fase di atas, dapat diindikasikan jika pada akhirnya ia tidak menghiraukan apa yang menurut kita negatif maka konsep diri kita adalah positif. Negatif apabila ia menjadi terpuruk dan bahkan menjadi minder atas apa yang ia lakukan.

3) Masyarakat (*Society*)

Mead mendefinisikan masyarakat (*society*) sebagai jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Individu terlibat di dalam masyarakat melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Jadi, masyarakat menggambarkan hubungan beberapa perangkat perilaku yang terus disesuaikan oleh individu-individu. Masyarakat ada sebelum individu tetapi juga diciptakan dan dibentuk oleh individu, dengan melakukan tindakan sejalan dengan orang lainnya.

Mead berbicara mengenai dua bagian penting masyarakat yang memengaruhi pikiran dan diri. Pemikiran mengenai orang lain secara khusus (*particular others*) yang merujuk pada individu dalam masyarakat yang signifikan bagi kita. Seperti keluarga, teman, kolega kerja dan supervisor. Kita melihat orang lain secara khusus untuk mendapatkan rasa penerimaan sosial dan rasa mengenai diri. Identitas dari orang lain secara khusus dan konteksnya memengaruhi perasaan akan penerimaan sosial kita dan rasa mengenai diri kita. Sering kali pengharapan dari beberapa *particular others* mengalami konflik dengan orangnya.

Orang lain secara umum (*generalized other*) merujuk pada cara pandang dari sebuah kelompok sosial atau budaya sebagai suatu keseluruhan. Hal ini diberikan oleh masyarakat kepada kita dan “sikap dari orang lain secara umum adalah sikap dari keseluruhan komunitas”. Orang lain secara

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



umum menyediakan informasi mengenai peranan, aturan, dan sikap yang dimiliki bersama oleh komunitas. Orang lain secara umum juga memberikan kita perasaan mengenai bagaimana orang lain bereaksi kepada kita dan harapan sosial secara umum. Perasaan ini berpengaruh dalam mengembangkan kesadaran sosial.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Pria Metroseksual

a. Pengertian Metroseksual

Secara etimologis Yunani, (Mulyana, 2015:41) metroseksual memiliki akar kata metropolis yang berarti perkotaan, dan seksual yang berhubungan dengan jenis kelamin tertentu. Kata metroseksual lahir pertama kali dalam sebuah artikel yang berjudul “*Here Come the Mirror Men*” yang ditulis Mark Simpson, seorang jurnalis asal Inggris pada tanggal 15 November 1994 (Mulyana, 2015:41). Menurut Mark Simpson dalam artikelnya :

“Metroseksual is the trait of an urban male of any sexual orientation who has a strong aesthetic sense and spends a great amount of time and money on his appearance and lifestyle.”

Pendapat Mark tersebut dapat diartikan bahwa metroseksual adalah ciri dari seorang pria perkotaan yang memiliki orientasi seksual tertentu dengan rasa estetika yang tinggi, serta menghabiskan uang dan waktu dalam jumlah yang banyak demi penampilan dan gaya hidupnya. Menurut Kartajaya (2004:7), seorang pakar pemasaran Indonesia mendefinisikan metroseksual sebagai pria klimis, dendi dan paling peduli dengan yang namanya penampilan. Pria tersebut juga semakin emosional, berempati serta mengekspresikan emosi dan perasaannya.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Oleh karena itu, pria metroseksual dapat diartikan sebagai pria yang hidup di tengah masyarakat metropolitan dengan pendapatan di atas rata-rata. Mereka sangat menjaga penampilan mulai dari ujung rambut hingga kaki, dan lebih mampu berpikir dan mengekspresikan diri secara emosional dibanding pria pada umumnya.

Menurut Kartajaya (2004:6-7) metroseksual adalah heteroseksual yang memiliki kecenderungan untuk merawat diri serta penampilan secara telaten. Metroseksual dapat dikatakan sebagai *woman-oriented* atau pria kewanitaan. Pria metroseksual memersepsikan dirinya sebagai pria yang moderen, reformis, dan mencintai budaya pop. Mereka bukanlah banci atau *gay*, sebagian besar dari mereka justru seorang pria normal dengan keluarga bahagia.

Ciri-ciri pria metroseksual yang lain dikemukakan oleh Kartajaya dkk (2004:6-7), yaitu :

- 1) Pada umumnya hidup dan tinggal di kota besar dimana hal ini tentu saja berkaitan dengan kesempatan akses informasi, pergaulan, dan gaya hidup yang dijalani dan secara jelas akan memengaruhi keberadaan mereka.
- 2) Berasal dari kalangan berada dan memiliki banyak uang karena banyaknya materi yang dibutuhkan sebagai penunjang gaya hidup yang dijalani.
- 3) Memilih gaya hidup urban dan hedonis.
- 4) Secara intens mengikuti perkembangan fesyen di majalah-majalah mode pria agar dapat mengetahui perkembangan fesyen terakhir yang mudah diikuti.
- 5) Umumnya memiliki penampilan yang klimis, dendi dan sangat memerhatikan penampilan serta perawatan tubuh.

Sejak awal tahun 2000-an, telah terjadi pergeseran standar figur pria “ideal” yang ditampilkan di media. Menurut Mulyana (2015:45), jika

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sebelumnya gambaran pria ideal tidak jauh dari figur “Rambo” yang kasar, berotot, ahli berkelahi, dan cenderung *playboy*, maka mulai awal tahun 2000-an gambaran itu berubah. Saat ini pria ditampilkan sebagai sosok yang *stylish*, *dendi*, *trendy*, berperasaan peka, dan menjunjung tinggi nilai kekeluargaan.

Kartajaya (2004:7) mengatakan bahwa :

“Pria metroseksual yang umumnya hidup di kota besar, punya banyak uang, dengan gaya hidup urban yang royal dan hedonis. Mereka ‘genit’ minta ampun kerana pesolek tulen dan paling suka merawat diri. Layaknya wanita, laki-laki metroseksual paling hobi belanja di mal atau butik, dan betah *ngerumpi* di kafe-kafe.”

Pria metroseksual tidak segan untuk mengeluarkan uang lebih untuk menunjang penampilan mereka, mulai dari perawatan hingga pembelian barang-barang fesyen yang dianggap menarik. Menurut survei yang dilakukan oleh majalah *Glamour* terbitan Inggris (2013, diakses pada 14 Desember 2016), diketahui kini pria semakin peduli dengan penampilannya dan kondisi ini tidak terbatas pada pria yang gemar berbusana trendi saja. Ternyata pria-pria yang tidak peduli dengan tren fesyen sekali pun mengaku sangat peduli terhadap bagaimana orang lain menilai penampilan mereka secara fisik.

Mark Simpson (Mulyana, 2015:41), metroseksual adalah ciri dari seorang pria perkotaan yang memiliki orientasi seksual tertentu dengan rasa estetika yang tinggi, serta menghabiskan uang dan waktu dalam jumlah yang banyak demi penampilan dan gaya hidupnya. Ia mungkin seorang *gay*, *heteroseksual*, ataupun *biseksual*, tetapi hal ini sebenarnya tidak penting karena ia menjadikan diri sendiri sebagai preferensi seksualnya. Mereka tidak segan untuk mengungkapkan emosinya, merasa nyaman di tengah-tengah wanita dan merekapun nyaman bersosialisasi layaknya wanita.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Metroseksual telah menjadi sebuah fenomena global yang banyak melanda kota-kota besar di berbagai belahan dunia, mulai dari New York, London, Paris hingga Tokyo. Di Indonesia kini fenomena metroseksual telah menjadi sebuah budaya umum yang terjadi di kota-kota besar di Indonesia. Menurut Mulyana (2015:45) bukan hal yang jamak melihat pusat-pusat perawatan kecantikan dipenuhi oleh kaum pria yang sekadar ingin membersihkan wajah dari jerawat, atau melihat beberapa pria berpenampilan *stylish* sedang berbelanja di pusat perbelanjaan.

Di Indonesia sendiri, khususnya kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Tren metroseksual juga memiliki potensi yang cukup besar bahkan belakangan menjadisingat potensial. Seperti yang diungkapkan oleh Hermawan Kartajaya pada Suara Merdeka Online (2004, diakses pada 16 Desember 2016), gejala metroseksual ini sebenarnya sudah mulai dua-tiga tahun lalu, ketika mulai bermunculan gerai atau toko kebutuhan pria di mal-mal. Dulu, kebanyakan tempat fesyen pria itu berdiri sendiri seperti butik-butik pakaian, bukan di mal, karena pria tidak suka ke mal. Munculnya gerai-gerai pria dan produk-produk kosmetik untuk pria di mal-mal yang terbuka merupakan penanda terjadinya pergeseran sikap dan pandangan parapria terhadap kebutuhan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

b. Pria Metroseksual di kalangan Remaja

Gaya hidup pria metroseksual kini juga dilakoni oleh kalangan remaja. Masa remaja adalah suatu fase peralihan dari anak-anak menuju dewasa yang ditandai dengan percepatan perkembangan fisik, mental, emosional dan sosial. Sarwono (2010, diakses pada 7 Februari 2017) mengatakan :

“Remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual. Individu mengalami perkembangan psikologis dan pola indetifikasi dari anak-anak menjadi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dewasa, serta terjadi peralihan dari ketergantungan sosial ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif mandiri.”

Monks dkk (2004, diakses pada 7 Februari 2017), mendefinisikan remaja apabila telah mencapai umur 10-18 tahun untuk anak perempuan dan 12-20 tahun untuk anak laki-laki, sementara WHO (diakses pada 7 Februari 2017) mendefinisikan remaja bila anak telah mencapai umur 10-19 tahun. Menurut KUHPerdara pasal 330¹ (diakses pada 7 Februari 2017) mengenai kesejahteraan anak, remaja adalah individu yang belum mencapai 21 tahun dan belum menikah.

Ditinjau dari segi program pelayanan, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional melihat remaja pada batasan usia 15 sampai 24 tahun dan belum kawin (BKKBN, 2008, diakses pada 7 Februari 2017). Pakar lainnya yakni Sarwono (ed.) (2010, diakses pada 7 Februari 2017), menyatakan definisi remaja untuk masyarakat Indonesia adalah dengan menggunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum kawin.

Menurut Sarwono (2010, diakses pada 7 Februari 2017), usia 11 tahun adalah usia ketika tanda-tanda seksual sekunder mulai tampak (kriteria fisik). Kebanyakan masyarakat Indonesia, usia 11 tahun sudah dianggap akhil baliq, baik menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak-anak (kriteria sosial). Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa, seperti tercapainya identitas diri (*ego identity*), tercapainya fase genital² dari perkembangan

¹KUHPerdara pasal 330 “Belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur genap dua puluh satu tahun, dan lebih dahulu telah kawin.”

²Fase Genital yaitu pada usia (sekitar 12 sampai dewasa), adalah pemunculan kembali hasrat seksual yang ditandai dengan munculnya perasaan cinta, individu mendapatkan kepuasan dari stimulasi dan manipulasi tubuhnya sendiri, pada tahap ini semuanya sudah di dalam bentuk cinta yakni ada yang bersifat narsistik (seperti anak mulai ada perasaan cinta kepada lawan jenisnya), dimana masih ada perasaan malu yang di biasa kenal dengan cinta monyet dan ada bersifat altruistik (keinginan untuk berkorban pada yang lain).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



psikoseksual, dan tercapainya puncak perkembangan kognitif maupun moral atau kriteria psikologis. Dilihat dari sisi usia, batas 24 tahun merupakan batas maksimal yaitu untuk memberikan peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih menggantungkan diri pada orang tua.

Menurut Sarwono (2010, diakses pada 7 Februari 2017) tahapan perkembangan remaja berlangsung melalui 3 tahapan yaitu :

1) Masa Remaja Awal

Seorang remaja pada tahap ini masih bingung dengan perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan itu. Mereka mengembangkan pikiran baru, cepat tertarik dengan lawan jenis, dan mudah terangsang secara erotis.

Menurut Aryani (2010, diakses pada 7 Februari 2017), masa remaja awal ini ditandai dengan peningkatan yang cepat dari pertumbuhan dan pematangan fisik, sehingga sebagian besar energi intelektual dan emosional pada masa remaja awal ini ditargetkan pada penilaian kembali dan restrukturisasi dari jati diri.

2) Remaja Madya

Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan teman, ia senang jika banyak teman mengakuinya. Ada kecenderungan narsistis yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman yang sama dengan dirinya. Selain itu, ia berada dalam kondisi kebingungan karena tidak tahu memilih yang mana peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimis, idealis atau materialis.

Menurut Ariyani (2010, diakses pada Februari 2017), masa remaja ini ditandai dengan hampir lengkapnya pertumbuhan pubertas,



timbulnya keterampilan berpikir yang baru, peningkatan pengenalan terhadap datangnya masa dewasa dan keinginan untuk memapankan jarak emosional dan psikologis dengan orang tua.

3) Remaja Akhir

Menurut Ariyani (2010, diakses pada 7 Februari 2017), masa remaja ini ditandai dengan persiapan sebagai seorang dewasa, termasuk klarifikasi dari tujuan pekerjaan dan internalisasi suatu sistem nilai pribadi.

Tahapan ini adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian lima hal yaitu:

- a) Minat yang makin mantap terhadap fungsi intelek,
- b) Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang lain dan dalam pengalaman baru,
- c) Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi,
- d) Egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain,
- e) Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya dan masyarakat umum.

Mahasiswa dengan rata-rata rentang usia 18-24 tahun berada di tahap remaja akhir. Masa remaja ini membuat mereka ingin lebih melihat dunia yang berbeda. Pria macho jaman modern saat ini dinilai tidak lagi memosisikan dirinya sebagai “gagah berani”, namun mereka lebih suka distigmakan sebagai “stylish”

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(Kartajaya, 2004:59). Tren pria metroseksual nyatanya memiliki nilai tersendiri bagi remaja masa kini.

Adanya tren baru di kalangan pria modern tentunya membuat mereka ingin memosisikan diri seperti apa yang sedang terjadi saat ini. Apalagi di tahap remaja akhir yang selalu mencoba bersatu dengan orang lain dan mencari pengalaman baru. Dunia pria metroseksual penuh dengan hal unik dan menarik, pergaulan yang luas, kemampuan bersosialisasi dan beradaptasi menarik para remaja untuk mengenal lebih dalam bagaimana tren ini berjalan.

Layaknya pria metroseksual yang telah bekerja, remaja metroseksual tentu berasal dari kalangan *the have* atau kelas sosial atas. Sebagai kalangan kaya, mereka mampu memuaskan segala keinginannya dan mendapatkan apa saja yang terlintas dalam pikiran mereka.

Menurut Kartajaya (2004:7), laki-laki metroseksual betah berjam-jam disalon untuk *creambath, facial, manicure, pedicure*, bahkan *body wax-ing* untuk menghilangkan bulu-bulu di lengan atau punggung. Bagi remaja metroseksual, melakukan hal tersebut tidak akan melunturkan maskulinitas yang mereka miliki, karena seperti itulah tren pria masa kini.

Menurut Kartajaya (2004:56) untuk gaya hidup sekitar 80% responden pria di Jakarta menggambarkan sisinya sebagai *social butterfly*, artinya pria-pria ini mengaku senang bersosialisasi dan mengobrol. Remaja yang metroseksual juga senang bersosialisasi, dan biasanya mereka pun mengusung kemewahan dengan barang pilihannya.

Perilaku konsumtif remaja yang metroseksual dikatakan bersifat *overt* atau terlihat. Perilaku konsumtif yang sifatnya *overt*, tampak dari begitu jelas dan nyatanya perilaku yang dilakukan oleh individu yang bersangkutan. Perilaku ini

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bisa dilihat dari bagaimana mereka berusaha merawat diri dan mempercantik penampilan mereka agar tampak trendi, klimis dan dendi. Terlihat dari aktivitas mereka seperti pergi ke salon, klub *fitness* sampai kafe-kafe untuk kebutuhan interaksi yang bebas, khas dan melapangkan akses bagi sifat hedonis yang mereka kedepankan.

Perilaku remaja terutama mahasiswa yang menjalani gaya hidup pria metroseksual dapat dilihat dari beberapa faktor, menurut Kotler dan Keller (2009:166-183) ada beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif seseorang yaitu:

1) Faktor Budaya

Budaya, subbudaya dan kelas sosial memengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Kotler (2009:166), budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya (*subculture*) yang meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Di dalam subbudaya terdapat sekelompok manusia yang mengalami *stratifikasi sosial* dalam bentuk kelas sosial. Salah satu gambaran klasik tentang kelas sosial di Amerika Serikat mendefinisikan tujuh tingkat dari bawah yaitu : a) bawah rendah, b) bawah tinggi, c) kelas pekerja, d) kelas menengah, e) menengah atas, f) atas rendah, dan g) atas tinggi.

Setiap kelas sosial memiliki preferensi produknya tersendiri. Jika dilihat dari gaya hidup yang dijalani remaja terutama mahasiswa yang metroseksual, tentunya mereka berasal dari kelas sosial menengah keatas. Mahasiswa yang cenderung metroseksual lebih menyukai berkumpul di kafe

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan harga makanan dan minuman yang relatif mahal untuk menunjukkan bahwa mereka mengikuti perkembangan jaman.

2) Faktor Sosial

Dalam faktor sosial terdapat kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status :

a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi (Kotler, 2009:170) adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut **kelompok keanggotaan** (*membership group*). Beberapa kelompok ini merupakan **kelompok primer** (*primary group*), seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja. Masyarakat menjadi **kelompok sekunder** (*secondary group*), seperti agama, profesional, dan kelompok.

Dari sini dapat dipahami bahwa gaya hidup pria metroseksual yang dijalani mahasiswa didapat dari pengaruh orang-orang sekitar mereka. Menurut Kartajaya (2004:188-192), kegemaran dalam mengobrol kaum pria metroseksual umumnya menyukai ngobrol dalam komunitas tertentu. Mahasiswa metroseksual memiliki kecenderungan untuk merawat diri. Mereka biasanya bergaul tidak hanya dengan sesama kaum metroseksual, namun juga dengan wanita-wanita pesolek unggul. Hal ini menambah kepercayaan diri mereka untuk berani tampil seperti pria masa kini, dengan berbagai perawatan di dalamnya.

b) Keluarga

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Keluarga adalah organisasi yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua tipe keluarga menurut Kotler dan Keller (2009:171) yaitu keluarga orientasi (*family orientation*) terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Dari orang tua, seseorang mendapatkan orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi serta rasa ambisi pribadi, harga diri, dan cinta. Keluarga prokreasi (*family of procreation*) terdiri dari pasangan dan anak-anak.

Kebanyakan orang tua kini sudah mengerti cara berinteraksi dengan anak mereka. Terutama dengan memberikan kebebasan bagi anak mereka untuk mengekspresikan diri secara emosional. Hal ini memungkinkan bahwa remaja saat ini mudah untuk menyampaikan hal yang mereka rasakan. Pria metroseksual memiliki emosional yang tinggi, mereka seperti wanita, sudah mulai mengandalkan kemampuan empati mereka terhadap orang lain.

Kartajaya (2004:38) mengatakan :

“Kini kaum pria pun menjadi lebih emosional dan tidak malu lagi mengungkap sisi femininnya. *Venusian world* inilah yang dipercaya menjadi rahim metroseksual.”

Ini berarti bahwa remaja saat ini memiliki kecenderungan, untuk berempati dengan keluarga maupun teman-temannya. Kecenderungan ini mulai meningkat khususnya di remaja pria. Mereka akan bersedia menjadi tempat berkeluh kesah dan memberikan solusi yang emosional pula. Hal ini menjadi salah satu faktor gaya hidup metroseksual menjadi gaya hidup yang dapat dijalani oleh remaja pria masa kini.

- c) Peran sosial dan status



Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok – keluarga, klub, organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam tiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. **Peran** (*role*) terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang. Setiap peran menyanggah **status**. Orang memilih produk yang mencerminkan dan mengomunikasikan peran mereka serta status aktual atau status yang diinginkan dalam masyarakat.

Hadir sebagai pria metroseksual di kalangan remaja terutama mahasiswa, mereka memang sangat peduli akan penampilan. Mahasiswa yang metroseksual ingin selalu menjadi sebagai pusat tren (*trendsetter*). Kartajaya (2004:171) mengatakan bahwa :

“Pria metroseksual tidak takut-takut dan malu untuk berani tampil beda dengan selalu menggunakan produk-produk dan layanan-layanan terbaru. Pria metroseksual ingin selalu tampak sebagai ‘yang terbaik’ dimana pun mereka berada.”

Saat mahasiswa metroseksual memutuskan untuk memiliki sesuatu, hal utama dipikiran mereka adalah yang penting mereka memiliki barang itu terlebih dahulu. Persoalan apakah mereka bisa menggunakannya adalah masalah nomor dua. Hal ini agar jika terdapat momen yang tepat mereka dapat langsung menggunakannya. Ini menunjukkan jika mereka menempatkan diri mereka menjadi pusat tren di masyarakat.

3) Faktor Pribadi

- a) Usia dan tahap siklus hidup

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Selera kita dalam makanan, pakaian, perabot, dan rekreasi sering berhubungan dengan usia. Perilaku yang diperlihatkan seseorang ketika mereka melalui sebuah perjalanan hidup tidak selalu tetap dan berubah sepanjang waktu. Menurut Kartajaya (2004:221), pria yang dulunya dikenal sebagai makhluk rasional, yang mengambil keputusan berdasarkan rasio dan “akal sehat” kini menjadi emosional. Unsur emosi selalu menjadi peran utama dalam setiap keputusan yang mereka ambil.

Masa remaja yang masih mencari jati diri, mahasiswa metroseksual lebih memilih untuk menjalani gaya hidup pria metroseksual. Mereka meningkatkan diri dengan cepat, karena saat ini baik remaja wanita maupun pria mereka ingin cepat menjadi dewasa. Hal ini memungkinkan mahasiswa yang cenderung metroseksual untuk tampil seperti apa yang mereka lihat saat ini. Konsep pria masa kini yang lebih bergaya dalam penampilan dan gaya hidup.

b) Pekerjaan dan keadaan ekonomi

Pekerjaan memengaruhi pola konsumsi barang dan jasa. Pria metroseksual kebanyakan adalah eksekutif muda, dan mahasiswa belum mencapai tahap mereka yang benar-benar telah bekerja. Namun bagi mahasiswa yang metroseksual, penampilan sudah menjadi fokus utama mereka. Terlihat dari pakaian dengan segala atributnya seperti kaos, sepatu, parfum, tas, dan sebagainya. Faktor yang relevan dengan sisi penampilan juga ditambah dengan perawatan tubuh mulai dari salon, spa dan klub *fitness*.

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi. Dikatakan oleh Kartajaya (2004:7) bahwa:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

“Pria metroseksual umumnya hidup di kota besar, berduit, dengan gaya hidup urban yang royal dan hedonis.”

Oleh karena itu besar materi yang dikeluarkan untuk menunjang perilaku konsumtif yang mereka lakukan bukan menjadi masalah. Begitu pula bagi mahasiswa yang metroseksual, mereka akan melakukan berbagai cara untuk terus memiliki uang agar penampilan mereka tetap terjaga.

c) Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang memengaruhi perilaku. Maksud dari **kepribadian** (*personality*), adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan. Kita sering menggambarkan sifat seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, rasa hormat, kemampuan bersosialisasi, pertahanan, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian yang ada pada diri konsisten dengan konsep diri sendiri (cara kita memandang diri sendiri), maupun konsep diri orang lain (cara pandang orang lain terhadap kita).

Pada pria metroseksual, mereka memiliki satu karakter yang menonjol, yaitu kegemaran mereka untuk mengobrol. Kartajaya (2004:188) mengatakan bahwa :

“Mereka umumnya adalah seorang *chattier* yang baik. Kemampuan komunikasi dan inter-personalnya pun juga bagus. Karena sifat dan pembawaannya lincah, tidak heran kalau kaum pria metroseksual dapat bergaul dengan siapapun juga dimana saja.”

Karakter menonjol ini juga terdapat pada mahasiswa yang metroseksual, mereka memiliki kemampuan menjalin hubungan dengan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



orang lain dengan baik. Kemampuan bersosialisasi ini menunjukkan bahwa mereka mahasiswa yang percaya diri, dilain pihak mereka juga orang yang setia. Mereka akan menjaga informasi yang dikira bersifat pribadi untuk menjaga agar konflik dapat dihindari.

d) Gaya hidup dan nilai

Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan pola perilaku seseorang dan interaksinya didunia. Gaya hidup pria metroseksual jelas beda dengan pria kebanyakan. Kartajaya (20014:7) mengatakan :

“Layaknya wanita, laki-laki metroseksual paling hobi belanja di mal atau butik, dan betah *ngerumpi* di kafe-kafe. Mereka betah berjam-jam jalan-jalan di mal dan itu dilakukan bukan untuk *purpose shopping*, tapi lebih untuk *pleasure shopping*. Karena umumnya hidup di kota besar dan kosmopolitan, mereka umumnya sangat *brand-minded* dan sangat tahu (*knowledgeable*) mana merek bagus dan bukan.”

Mahasiswa yang metroseksual dalam memilih apa yang akan mereka gunakan juga dipengaruhi oleh nilai inti (*core values*), sistem kepercayaan yang mendasari sikap dan perilaku. Mereka memilih produk yang digunakan sesuai dengan kepribadian diri mereka. Layaknya pria metroseksual, mahasiswa yang metroseksual juga lebih senang jika distigmakan sebagai “*stylish*”.

B Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap serta

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pembandingan dalam menyusun skripsi ini sehingga lebih memadai. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian tentang pria metroseksual pada mahasiswa yaitu :

1. **Penelitian oleh Nenci/ Universitas Jendral Soedirman pada tahun 2013 yang berjudul “Gaya Hidup Priya Metroseksual (Studi Interaksionisme Simbolik tentang Pria Metroseksual di Kalangan Mahasiswa Unsoed Purwokerto)”**

Penelitian ini meneliti mengenai gaya hidup metroseksual yang muncul pada mahasiswa di Universitas Jendral Soedirman Purwokerto, dari simbol-simbol serta konsep diri yang dimiliki oleh mahasiswa metroseksual. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana mahasiswa metroseksual memaknai dan menunjukkan simbol-simbol gaya hidup mereka, untuk mengetahui peran *significant others* dan *generalized others* dalam membentuk konsep ‘diri’ mahasiswa metroseksual, dan tahapan perkembangan ‘diri’ yang dialami oleh mahasiswa metroseksual.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pemilihan informannya menggunakan *purposive sampling*, dan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik untuk mendapatkan validitas datanya menggunakan triangulasi data. Hasil dari penelitian yang dicapai adalah terdapat dua simbol

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



gaya hidup yang melekat pada mahasiswa metroseksual yaitu *good looking* dan *narcissism*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah perilaku mahasiswa metroseksual yang selalu peduli terhadap penampilan merupakan perwujudan diri mereka untuk menemukan kepuasan tersendiri di dalam dirinya. Kemudian hal tersebut berpengaruh terhadap kepercayaan diri mereka ketika berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

2. Penelitian oleh Reza/ 071014062 Universitas Airlangga pada tahun 2014 yang berjudul “Konstruksi Mahasiswa Terhadap Gaya Hidup Metroseksual (Studi pada Mahasiswa Metroseksual di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Airlangga)”

Penelitian ini meneliti mengenai konstruksi mahasiswa metroseksual terhadap gaya hidup metroseksual di Universitas Airlangga. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Airlangga mengkonstruksi gaya hidup metroseksual yang dijalaninya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sehingga menghasilkan temuan data bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi non-partisipan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah mahasiswa metroseksual mulai mengkonstruksi tentang gaya hidup metroseksual berawal dari proses eksternalisasi, objektivasi, hingga pada internalisasi. Gaya hidup metroseksual bermula dari terciptanya pemaknaan dalam individu yang dipengaruhi oleh latar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



belakang sosial dan keluarga. Metroseksual juga menimbulkan dampak seperti label dari masyarakat hingga dampak prestasi akademis.

3. Penelitian oleh Erlin/ Universitas Telkom pada tahun 2012 yang berjudul “Komunikasi dan Hubungan Interpersonal Metroseksual (Studi Fenomenologi Mahasiswa yang Menjalani Gaya Hidup Metroseksual di Kota Bandung)”

Penelitian ini meneliti mengenai fenomena pria metroseksual pada mahasiswa yang ada di kota Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang ada pada mahasiswa metroseksual di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dengan pendekatan fenomenologi yaitu penelitian yang fokus pada konsep suatu fenomena tertentu dan bentuk dari studinya adalah untuk melihat dan memahami arti dari suatu pengalaman secara sadar yang bersifat alami dari sudut pandang orang pertama.

Kesimpulan penelitian ini adalah selain tampilan fisik yang selalu tertata, cara berkomunikasi menjadi hal yang penting termasuk topik pembicaraan seputar *lifestyle* dan *entertain*. Dalam menjalin hubungan interpersonal mereka bukan sosok yang membatasi diri, namun tetap menjaga informasi yang sifatnya pribadi untuk menghindari konflik. Gaya hidup metroseksual baik untuk dijalani namun jika berlebihan akan menciptakan pandangan negatif seperti pemakaian atribut yang berlebihan dalam *fashion* akan mengurangi sisi maskulin seorang pria.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

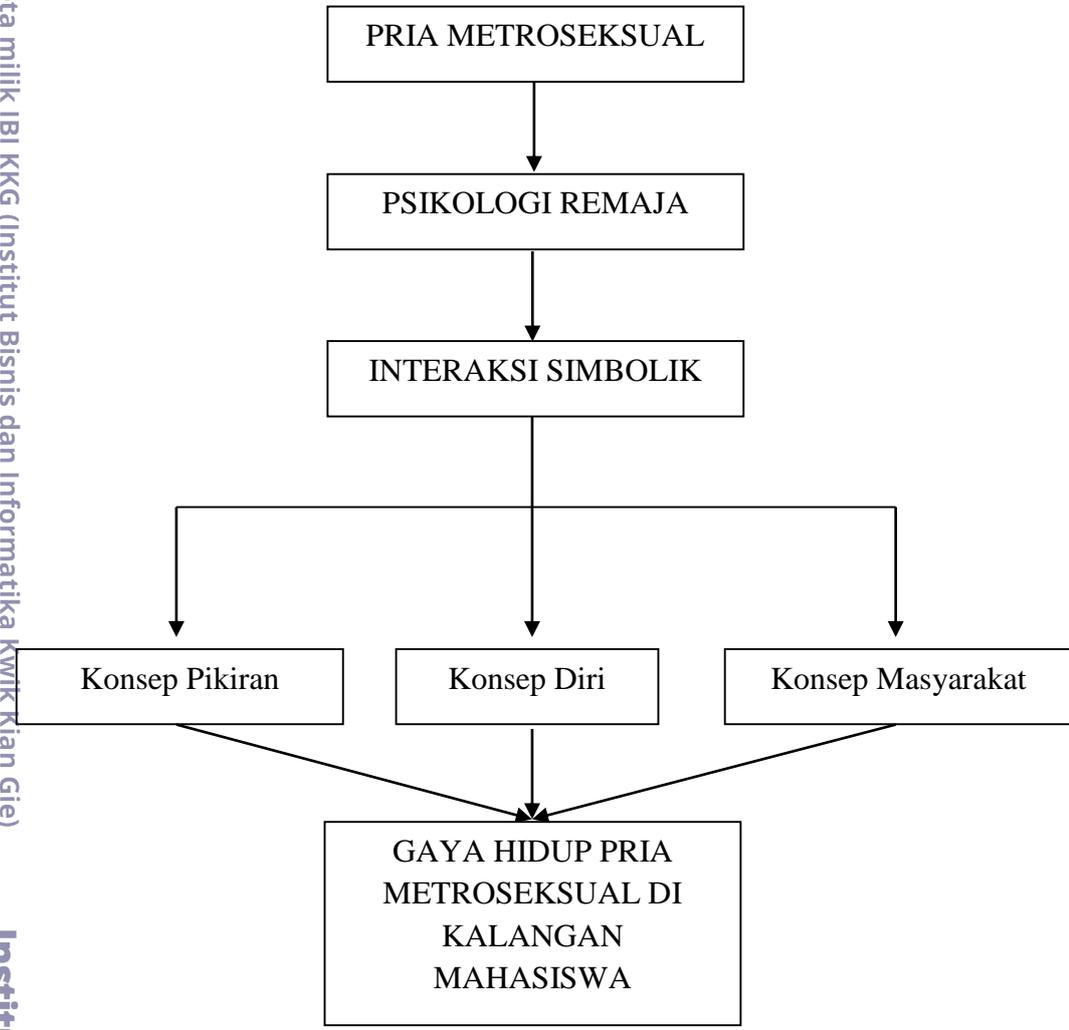
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2.1



Fenomena pria metroseksual memang menarik untuk dikaji, mereka yang disebut sebagai *woman-oriented-man*, namun bukan berarti mereka *kecewek-cewekan* apalagi banci, mereka masih laki-laki seutuhnya dan tetap macho (Kartajaya, 2004:8). Pengaruh dari tren metroseksual dapat dilihat dari faktor budaya, sosial, dan kepribadian mereka. Seiring waktu tren metroseksual kini tidak hanya terjadi di kalangan eksekutif muda dan selebriti, namun juga di kalangan mahasiswa. Perjalanan mencari jati diri dengan mendapatkan hal-hal baru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membuat mereka melirik tren pria modern saat ini. Gaya hidup ini dinilai dapat memenuhi kebutuhan akan pencarian jati diri mereka.

Tren pria metroseksual pada mahasiswa terjadi karena adanya interaksi, saat berinteraksi kita akan menggunakan simbol untuk menyampaikan apa yang kita pikirkan kepada orang lain. Menurut Mulyana (2013:68), esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Makna-makna yang tercipta digunakan orang untuk berkomunikasi dengan diri sendiri maupun orang lain.

Makna yang tercipta tidak hanya muncul begitu saja, namun makna tersebut hadir dari interaksi di masyarakat, kemudian secara perlahan membentuk konsep diri dan diolah oleh pikiran sebagai standar penilaian diri yang pantas di masyarakat. Hal ini yang kemudian menarik untuk ditelaah karena konsep pikiran, diri dan masyarakat yang diperoleh mahasiswa membuat mereka pada akhirnya memilih untuk ikut menjalani gaya hidup pria metroseksual ini.

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.