

GAYA HIDUP MAHASISWA METROSEKSUAL SEBAGAI REPRESENTASI MASKULINITAS BARU

(Studi Kasus pada Mahasiswa Metroseksual di Universitas Sebelas
Maret)

Clara Mega Utami¹, Argyo Demartoto²

Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Email: claramega77@student.uns.ac.id

Abstract: *Gender is an attribute inherent in interchangeable men and women and stems from society's socio-cultural construction of femininity and masculinity. Talk about masculinity, along with the development of the era the concept has undergone many changes, one of which is characterized by the emergence of a new masculinity that perpetuates the values of hegemonic masculinity. These changes influenced the lifestyle of men who known as metrosexuals. Since the emergence of various products to support the appearance of men, they have become reluctant to express their character through a more modern lifestyle even though it is identified with women. Therefore, the purpose of this study is to explain the lifestyle of metrosexual students as a representation of new masculinity in Sebelas Maret University. This study used of Social Construction Theory by Peter L Berger and qualitative method. Sampling technique is purposive sampling. Data is collected by in-depth interviews and documentation. The validity using source triangulation. Data analysis techniques using interactive analytics models from Miles and Huberman. The result show metrosexual students lifestyle who represent a new masculinity, take care of themselves, follow trends of fashion, maintain health, visit hangout places and active on social media. The lifestyle is formed through the construction process that is influenced by the family, friends and social media. There are also inhibitory factors, in the form of consistency to maintain self-care and maintain appearance, mismatch to a product, financial problems and get toxic masculinity.*

Keywords: *Lifestyle, Metrosexual Students, Representation, New Masculinity*

Abstrak: Gender merupakan sebuah atribut yang melekat pada laki – laki serta perempuan yang dapat dipertukarkan dan berasal dari konstruksi sosial budaya masyarakat terhadap femininitas dan maskulinitas individu. Berbicara mengenai maskulinitas, seiring perkembangan zaman konsep tersebut telah banyak mengalami perubahan, ditandai dengan munculnya istilah maskulinitas baru yang meresistensi nilai-nilai maskulinitas yang hegemonik. Perubahan tersebut mempengaruhi gaya hidup kaum laki – laki yang dikenal dengan istilah metroseksual. Sejak munculnya berbagai produk untuk mendukung penampilan, mereka berani untuk mengekspresikan

diri melalui gaya hidup yang lebih modern meskipun hal tersebut diidentikan dengan perempuan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan gaya hidup mahasiswa metroseksual sebagai representasi dari maskulinitas baru di lingkungan Universitas Sebelas Maret. Teori dalam penelitian menggunakan Teori Konstruksi Sosial dari Peter L Berger dengan metode penelitian kualitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi. Validitas data diuji dengan menggunakan triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk gaya hidup mahasiswa metroseksual yang merepresentasikan konsep maskulinitas baru diantaranya adalah merawat diri, mengikuti trend dunia fashion, menjaga kesehatan tubuh, mengunjungi tempat hangout dan aktif di media sosial. Gaya hidup tersebut terbentuk melalui proses konstruksi yang dipengaruhi oleh faktor pendukung berupa lingkungan keluarga, pergaulan, pekerjaan serta media sosial. Selain itu ada pula faktor penghambat berupa konsistensi untuk merawat diri dan menjaga penampilan, ketidakcocokan terhadap suatu produk, masalah finansial serta mendapatkan perkataan toxic masculinity.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Mahasiswa Metroseksual, Representasi, Maskulinitas Baru

PENDAHULUAN

Pada zaman dahulu dengan budaya patriarki yang masih kental, isu yang berkaitan dengan maskulinitas masih dianggap sebagai konsep yang bebas dari nilai – nilai ideal yang membatasi. Padahal sebenarnya konsep mengenai maskulinitas berasal dari konstruksi gender yang tidak pernah terbebas dari nilai – nilai sosial di masyarakat dan dapat menghambat kesetaraan dalam relasi gender. Masih banyaknya masyarakat yang menganggap bahwa tidak terlalu krusial untuk membahas mengenai konsep maskulinitas daripada femininitas merupakan salah penyebab terjadinya ketimpangan dalam studi gender yang lebih terfokus pada isu – isu tentang perempuan saja.

Menelaah lebih jauh mengenai konsep maskulinitas atau kelelakian awalnya berasal definisi sosial yang diberikan oleh masyarakat kepada laki – laki. Maskulinitas mengarahkan bagaimana laki – laki harus berperilaku, berpakaian, berpenampilan serta sikap dan kualitas apa yang harus dimiliki oleh laki – laki, misalnya macho, kuat, tegas, dominan dan lain sebagainya. Atribut tersebut sering kali dianggap sebagai sesuatu yang sudah menjadi kodrat dan melekat pada diri laki – laki. Padahal sebenarnya baik laki – laki maupun perempuan pasti memiliki sisi maskulin sekaligus feminin (Bashin, 2004).

Perkembangan budaya populer cenderung memberikan penawaran laki – laki untuk sejenak keluar dari norma maskulinitas yang hegemonik. Maskulinitas ideal yang dikenalkan dalam banyak budaya populer diasosiasikan dengan pengagungan bentuk fisik, aktivitas laki-laki yang dianggap *macho* serta adanya norma kelelakian yang berkaitan dengan tanggung jawab dan kesopanan (Budhiastuti & Nur, 2014).

Perkembangan kebudayaan tersebut salah satunya ditandai dengan kemunculan berbagai macam iklan yang ditampilkan oleh media. Melalui media konsep maskulinitas baru diperlihatkan dalam iklan – iklan kosmetik dengan tokoh laki-laki yang memiliki nilai femininitas tanpa menghilangkan sisi maskulinnya. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki yang memiliki nilai-nilai maskulinitas baru tersebut meresistensi nilai-nilai maskulinitas yang hegemonik yang membuat perempuan menjadi ter subordinasi (Fathinah et al, 2017). Kemudian konsep maskulinitas pada laki – laki saat ini juga bisa terpengaruh dari industri musik misalnya boyband Korea. Dahulu maskulinitas cenderung diidentikkan dengan kejantanan, atletis, kuat, berani, serta tidak peduli dengan penampilan. Namun saat ini konsep tersebut mulai tergantikan dengan maskulinitas yang diistilahkan sebagai “*new man*” yakni kombinasi antara kelembutan anak laki – laki (*boyish softness*) dengan maskulinitas asertif yang cenderung bersikap terbuka, jujur dan penuh percaya diri (Hanana et al, 2018).

Bentuk dari konsep maskulinitas baru tersebut salah satunya direpresentasikan pada gaya hidup laki – laki metroseksual. Konsep metroseksual berasal dari perpaduan dua kata yakni metropolitan dan heteroseksual. Istilah metroseksual pertamakali dikemukakan oleh Mark Simpson pada tahun 1994. Menurutnya metroseksual adalah definisi yang ditujukan kepada laki – laki yang hidup pada masyarakat post industri dan kapitalis. Menurut Kertajaya (2004) laki – laki metroseksual adalah mereka yang hidup di kota besar, mempunyai banyak uang serta memiliki gaya hidup hedon. Laki – laki metroseksual cenderung gemar berbelanja untuk kepuasan pribadi demi menunjang penampilannya. Umumnya laki – laki tipe ini sangat *brand minded* dalam hal memilih barang – barang yang akan mereka beli maupun perawatan tubuh yang mereka lakukan.

Perlu diketahui bahwa salah satu ciri dari laki – laki metroseksual adalah mereka yang sangat *aware* terhadap fashion dan produk – produk perawatan tubuh demi menunjang penampilannya. Survey yang telah dilakukan oleh Alexander Fury jurnalis fashion dari *Independent*, salah satu majalah fashion di Inggris yang dikutip oleh tirto.id mengungkapkan bahwa, setidaknya di tahun 2016 pendapatan dari industri kecantikan pria yang diakumulasikan secara global mencapai 19,7 miliar dollar dan diprediksi akan meningkat hingga 27,76 miliar dollar pada tahun 2023. Selanjutnya menurut Fung Global Retail Tech, di kawasan Asia Pasifik negara Korea Selatan menduduki urutan pertama dalam industri kecantikan untuk pria. Disana rata – rata setiap tahunnya para pria mengeluarkan biaya 39 dollar untuk melakukan perawatan pada tubuhnya.

Demi mengikuti tren yang sedang berkembang, para laki – laki metroseksual berusaha memperbaiki citra dirinya dengan melakukan hal– hal feminin yang biasanya diidentikkan dengan kaum perempuan seperti melakukan *treatmen* pada wajah dan tubuh, memakai aksesoris, hingga melakukan operasi plastik untuk kepuasan pribadi. Dengan tindakan tersebut pada kenyataannya kehidupan laki – laki metroseksual tidak selamanya berjalan dengan sempurna. Mereka juga kerap mendapatkan stereotipe negatif dari masyarakat karena dianggap menyerupai kaum perempuan yang gemar

bersolek. Stereotipe tersebut masih dilanggengkan dalam kehidupan masyarakat Indonesia yang menganut sistem budaya patriarki.

Di Indonesia sendiri laki – laki metroseksual tersebar di kota – kota besar seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Makassar, Surabaya, Surakarta dan lain sebagainya dimana di kota – kota tersebut akses terhadap fasilitas dalam mendukung penampilan mereka seperti pusat perbelanjaan, klinik perawatan tubuh mudah untuk ditemukan. Oleh karena kemudahan akses tersebut mulai banyak laki – laki yang berusaha untuk memperbaiki citra diri mereka agar mendapatkan perhatian lebih dari lingkungan sekitar.

Berfokus pada Kota Surakarta dan merupakan salah satu kota kecil di Jawa Tengah dengan fasilitas layanan publik yang cukup lengkap seperti *mall*, *café*, klinik kecantikan, hingga pusat – pusat kebugaran mendorong munculnya gaya hidup metroseksual di kalangan laki – laki yang tinggal di daerah tersebut. Salah satu yang terpengaruh adalah di kalangan mahasiswa. Kehidupan mahasiswa yang masih tergolong sebagai masa peralihan dari remaja menuju dewasa membuat mereka mulai mencari jati diri, salah satunya dengan melakukan transformasi terhadap penampilan mereka agar lebih menarik dan menjadi pusat perhatian.

Penelitian ini mencoba untuk mengkaji representasi konsep maskulinitas baru melalui gaya hidup mahasiswa metroseksual di lingkungan Universitas Sebelas Maret. Di dalam proses representasi terdapat berlangsung tahap konstruksi terkait maskulinitas baru yang meliputi eksternalisasi yakni proses adaptasi dengan dunia sosio-kultural sebagai bagian dari produk manusia. Selanjutnya proses objektivasi melalui interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang mengalami institusionalisasi Terakhir adalah proses internalisasi dimana individu mengidentifikasi dirinya di dalam Lembaga atau organisasi sosial dimana individu tersebut menjadi bagian di dalamnya.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sukmadinata (2011) penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Kemudian pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi yang berpusat pada analisis terhadap gejala yang ada pada kesadaran manusia (Bagus, 2002). Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana peneliti sudah menentukan kriteria informan yang akan diteliti yakni mahasiswa aktif UNS berjenis kelamin laki - laki yang gemar merawat diri dan sangat memperhatikan penampilan. Pengambilan sampel berjumlah 11 informan dari beberapa fakultas. Pengambilan data menggunakan data primer berupa wawancara langsung dengan informan kemudian data sekunder berupa dokumen – dokumen pendukung penelitian. serta validitas data menggunakan triangulasi sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bentuk Gaya Hidup Mahasiswa Metroseksual sebagai Representasi Maskulinitas Baru.

Gaya hidup metroseksual merupakan salah satu dampak dari adanya pengaruh perkembangan zaman ke arah yang lebih modern yang juga tercermin pada gaya hidup anak muda zaman sekarang, salah satunya di kalangan mahasiswa metroseksual yang sangat memperhatikan penampilan diri. Oleh karena usia yang masih remaja serta berada dalam proses pencarian jati diri, membuat mereka mencoba untuk melakukan eksplorasi dalam gaya hidup berpenampilan demi mendapatkan kepuasan untuk dirinya sendiri. Bentuk gaya hidup yang diekspresikan oleh mahasiswa metroseksual diantaranya adalah,

a. Merawat diri

Jenis perawatan yang dilakukan oleh laki – laki tidak jauh berbeda dengan perempuan seperti menggunakan produk – produk *skincare, bodycare, haircare* maupun perawatan di klinik – klinik kecantikan. Perawatan tubuh dilakukan oleh para informan setiap harinya. Biasanya mereka melakukan setiap dua kali dalam sehari yakni saat pagi dan malam sebelum tidur.

b. Mengikuti Perkembangan *Trend Fashion*

Fashion menjadi salah satu cara individu dalam mengekspresikan dirinya di depan orang banyak. Fashion dapat mencakup berbagai jenis pakaian, celana, tas, sepatu dan lain sebagainya. Dalam membeli produk – produk fashion tersebut tentunya tidak terlepas dari adanya *brand – brand* baik local maupun internasional. Beberapa informan menjelaskan bahwa mereka lebih memilih untuk membeli dari *brand – brand* local dan terkadang tidak terlalu memandang suatu *brand* tertentu. Sebab hal terpenting adalah ketikamenggunakan produk tersebut, mereka merasa cocok dan nyaman.

c. Menjaga Kesehatan Tubuh

Kesehatan merupakan sesuatu yang sangat penting untuk dijaga. Ada berbagai macam cara untuk menjaga agar tubuh tetap fit dan bugar salah satunya melalui olahraga. Selain itu tujuan dari olahraga yang mereka lakukan adalah membentuk postur tubuh ideal sesuai dengan keinginan mereka. Beberapa olahraga yang sering dilakukan oleh para informan diantaranya adalah jogging, berenang, basket, *ngegym, push up, skipping*, maupun angkat beban yang dilakukan secara mandiri dirumah dengan membeli alat – alat pendukung seperti *dumble* dan tali untuk *skipping* atau lompat tali.

d. Mengunjungi Tempat *Hangout*

Sebagai seorang generasi *millennial* tentunya para informan tidak merasa asing dengan adanya tempat – tempat *hangout* kekinian yang sedang *booming*, seperti *coffe shop, café – café* kekinian maupun *mall*. Sebelum pandemi para informan biasanya mengunjungi tempat – tempat tersebut bersama teman – teman mereka untuk sekadar nongkrong dan *merefresh* pikiran dari padatnya jadwal kuliah.

e. Aktif Di Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu *platform* yang tidak dapat dipisahkan dari generasi millennial tak terkecuali pada mahasiswa dengan gaya hidup metroseksual. Mereka tidak hanya memikirkan eksistensinya dalam kehidupan sehari – hari di dunia nyata namun juga di dunia maya. Selain membagikan setiap moment yang dilakukan mereka juga berusaha untuk membentuk sebuah *personal branding* dan ciri khas masing – masing di hadapan *netizen* dunia maya. Sosial media yang paling sering diakses oleh sebagian besar informan diantaranya adalah *instagram*, *tiktok*, *twitter* serta *pinterst*.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Gaya Hidup Mahasiswa Metroseksual sebagai Representasi Maskulinitas Baru.

Ketika berbicara tentang gaya hidup setiap orang pastinya akan berbeda – beda. Ada banyak factor yang terlibat di dalamnya. Faktor tersebut terbagi menjadi dua kategori yakni faktor pendukung dan faktor penghambat.

a. Faktor Pendukung

- Faktor internal merupakan faktor yang bersumber dari dalam diri setiap individu. Menurut penuturan beberapa informan, faktor internal yang mendorong mereka untuk mengubah ataupun memperbaiki gaya hidup serta penampilannya adalah motivasi dari dalam diri untuk menjadi lebih baik lagi.
- Faktor eksternal menjadi aspek yang sangat berpengaruh terhadap gaya hidup dari mahasiswa metroseksual. Faktor tersebut dapat berasal dari lingkungan keluarga, pertemanan, sosial media, pekerjaan, maupun untuk memberikan kesan yang baik serta menarik perhatian lawan jenis.

b. Faktor Penghambat

- Faktor internal diantaranya adalah konsistensi untuk tetap merawat diri dan menjaga penampilan, ketidakcocokan terhadap suatu produk sehingga mengharuskan untuk mencoba lagi produk – produk yang lain serta masalah finansial karena mereka belum mempunyai penghasilan tetap.
- Faktor eksternal yakni sering mendapatkan perkataan dan komentar yang menjurus ke arah *toxic masculinity* dari orang – orang sekitar. Hal tersebut membuat informan sangat merasa tidak nyaman sehingga sebagian besar dari mereka memilih untuk mengabaikan komentar negatif tersebut agar tidak menimbulkan permasalahan.

3. Dampak Gaya Hidup Mahasiswa Metroseksual sebagai Representasi Maskulinitas Baru.

Dalam setiap tindakan yang dilakukan oleh individu tentunya akan memberikan berbagai pengaruh ataupun dampak. Tanpa disadari pula dari dampak tersebut dapat mengubah cara pandangan dari setiap individu. Begitu pun dengan gaya hidup pada mahasiswa metroseksual dimana saat ini mereka berada di zaman yang maju dan serba modern. Segala macam akses terhadap kebutuhan baik barang maupun informasi dapat diperoleh dengan cepat dan mudah. Namun dibalik

kemudahan tersebut tentunya memberikan berbagai macam dampak baik positif maupun negative tergantung bagaimana cara mereka dalam menghadapi dampak yang ditimbulkan tersebut.

- Dampak Positif

Berkaitan dengan dampak positif dari gaya hidup yang dijalani, sebagian informan mengungkapkan bahwa mereka menjadi lebih percaya diri dalam mengekspresikan diri. Selain itu mereka juga merasa bahwa orang – orang menjadi lebih bisa menerima dan menghargai keberadaan mereka

- Dampak Negatif

Disamping memberikan dampak yang positif, sebgayaan besar informan mengakui bahwa gaya hidup mereka saat ini pastinya juga menimbulkan dampak negatif contohnya adalah menjadi pribadi yang konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut timbul karena ketidakpuasan dari dalam diri mereka untuk mendapatkan sesuatu yang belum mereka miliki. Apalagi saat ini mereka semakin dimudahkan dengan munculnya *market place* yang menyediakan berbagai macam barang untuk mendukung penampilan mereka seperti *fashion*, *skincare* dan lain sebagainya. Selain itu dampak lain yang dirasakan adalah menjadi tidak nyaman karena lawan jenis saja yang tertarik namun sesama jenis mulai terang – terangan memperlihatkan rasa suka mereka.

4. Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger

Gaya hidup mahasiswa metroseksual sebagai sebuah representasi maskulinitas baru yang sedang berkembang di Universitas Sebelas Maret saat ini dapat dikatakan sebagai hasil dari sikap, pengetahuan serta tindakan para informan yang telah terefleksikan dalam proses dialektis yakni internalisasi, objektivasi dan eksternalisasi yang terjadi secara simultan . Berikut ini adalah uraian dari ketiga proses tersebut.

- a. Eksternalisasi adalah proses penyesuaian diri dengan dunia sosio-kultural sebagai bagian dari produk manusia. “*Society is a human product*” (Bungin, 2008). Dalam gaya hidup mahasiswa metroseksual sebagai representasi dari konsep maskulinitas baru menjadi suatu bentuk eksternalisasi tersendiri. Pada proses eksternalisasi tersebut dipengaruhi oleh *stock of knowledge* dimana individu akan memaknai dan melakukan pengekspresian diri sesuai dengan kebiasaan yang berasal dari proses sosialisasi terkait gaya hidup dan konsep maskulinitas yang mereka terima. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern para informan mulai berusaha untuk melakukan adaptasi ketika berada pada lingkungan yang baru seperti lingkungan pergaulan, pekerjaan maupun mengikuti perkembangan di media sosial. Dalam setiap lingkungan tersebut tentunya informan berinteraksi dengan individu – individu lain secara terus menerus. Pada tahap ini, peran dari individu lain juga berpengaruh terhadap informan sehingga mereka mempunyai dua realitas yakni realitas subjektif dan realitas objektif. Realitas subjektif adalah ketika informan belum mengenal gaya hidup metroseksual sebagai bentuk representasi maskulinitas baru dimana seorang laki – laki yang peduli dengan penampilan

diri dan berani untuk mengekspresikan diri serta perasaan masih dianggap sebagai sesuatu yang tabu. Selanjutnya realitas objektif dapat dilihat dari peran orang lain seperti teman bermain, rekan kerja dan lain sebagainya yang berpengaruh terhadap kehidupan informan yang terbentuk melalui proses interaksi berupa *sharing* berbagai hal yang berkaitan dengan penampilan diri sebagai seorang laki – laki metroseksual.

- b. Objektivasi merupakan proses interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi. *“Society is an objective reality”* (Berger dan Luckmann, 1990: 75–76). Pelembagaan ini tercipta melalui di proses pembiasaan pada aktivitas individu. Setiap tindakan yang sering mengalami pengulangan maka akan menjadi pola kebiasaan. Pada pola kebiasaan ini ada kemungkinan untuk dilakukan lagi di masa depan dengan cara yang sama ataupun memunculkan makna – makna baru yang dipahami sebagai sebuah “pengetahuan”. Proses ini menjelaskan bahwa pengetahuan tentang gaya hidup metroseksual sebagai representasi dari maskulinitas baru merupakan penyerapan pengetahuan eksternalisasi yang didasarkan pada pengalaman individu sehingga membentuk sebuah pola pengetahuan yang dapat disebarkan kepada orang lain. Sebagai sebuah pengetahuan, gaya hidup metroseksual dianggap dapat diterima oleh semua orang tetapi ada pula individu yang tidak menerima dengan gaya hidup tersebut. Dalam penelitian ini terdapat berbagai macam pengetahuan terhadap gaya hidup metroseksual sebagai representasi maskulinitas baru yang dapat dilihat dari sikap para informan yang mencerminkan gaya hidup tersebut sehingga memungkinkan untuk mempertahankan gaya hidup metroseksual dalam realitas kehidupan sehari – hari yang nantinya akan menimbulkan berbagai macam dampak.
- c. Internalisasi merupakan proses dimana individu mengidentifikasi dirinya di dalam lembaga- lembaga sosial atau organisasi sosial dimana individu tersebut menjadi bagian di dalamnya. *“Man is a social product”* (Berger dan Luckmann, 1990:87). Proses untuk mencapai taraf tersebut dilakukan melalui sosialisasi atau transmisi pengetahuan dari subjek – subjek lain. Ada dua jenis sosialisasi, pertama sosialisasi primer merupakan sosialisasi pertama yang didapatkan informan ketika berada di masa kanak-kanak. Kedua, sosialisasi sekunder merupakan setiap proses selanjutnya untuk masuk ke dalam aspek-aspek kehidupan baru dalam dunia objektif masyarakatnya yakni dari lingkungan yang lebih luas seperti lingkungan pergaulan dan lingkungan pekerjaan. Pada proses internalisasi terjadi penyerapan kembali nilai – nilai dari dunia objektif individu dengan menciptakan sebuah kesadaran. Bentuk kesadaran tersebut mempunyai dua kemungkinan yakni sadar bahwa perilaku yang dilakukan merupakan sesuatu yang salah atau justru sebaliknya yakni sebagai sesuatu yang tepat untuk dilakukan. Gaya hidup metroseksual sebagai sebuah kesadaran diri karena sudah diyakni dan tertanam dalam diri mereka melalui proses sosialisasi khususnya sosialisasi sekunder yang mempunyai peran sangat besar dalam membentuk identitas diri para informan agar tetap

menjadi diri sendiri dengan mendobrak stereotipe – stereotipe negatif tentang maskulinitas yang tidak sesuai dengan konstruksi sosial masyarakat di Indonesia. Kemudian gaya hidup mahasiswa metroseksual sebagai sebuah identitas danciri khas yang membedakan mereka dengan orang lain.

PENUTUP

Bentuk gaya hidup mahasiswa metroseksual yang merepresentasikan sebuah konsep maskulinitas baru diantaranya adalah melakukan perawatan diri seperti menggunakan *skincare*, *haircare* serta *bodycare*. memperhatikan dan mengikuti perkembangan dunia fashion, menjaga agar bentuk tubuh tetap ideal melalui olahraga dan diet sehat, mengunjungi tempat – tempat *hangout* serta aktif di media sosial untuk membentuk *personal branding* dan menunjukkan eksistensinya kepada orang lain. Faktor pendukung dibagi lagi menjadi dua yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berupa diri agar berpenampilan lebih baik dan menarik. Selanjutnya faktor eksternal adalah lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan baik di dalam kampus maupun di luar kampus, lingkungan pekerjaan serta media sosial. Faktor penghambat yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa metroseksual adalah konsistensi untuk tetap merawat diri dan menjaga penampilan, ketidakcocokan terhadap suatu produk, masalah finansial, serta mendapatkan komentar yang menjurus ke arah *toxic masculinity* dari orang – orang sekitar tentang penampilan mereka. Dampak dari representasi gaya hidup tersebut diantaranya menjadi lebih percaya diri, lebih berani untuk mengekspresikan diri sehingga lebih bisa diterima oleh orang lain serta mendapatkan penghasilan dari profesi sebagai seorang *brand ambassador*. Dampak negatifnya adalah menjadi pribadi yang konsumtif, mendapatkan komentar *toxic masculinity* dan juga merasa tidak nyaman karena disukai oleh sesama jenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus, L, 2002. Kamus Filsafat . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Bashin K. 2004. Exploring Masculinity, Women Unlimited. New Delhi
- Berger, Peter L & Thomas Luckman. 1990. Tafsir Sosial atas Kenyataan : Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan (diterjemahkan oleh buku asli The Social Construction of Reality oleh Hasan Basari). Jakarta : LP3ES
- Budiastuti, A & Nur Wulan. 2014. Konstruksi Maskulinitas Ideal Melalui Konsumsi Budaya Populer oleh Remaja Perkotaan. Jurnal Mozaik Vol 14 (1): 1-14
- Bungin, Burhan. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Fathinah, E. 2017. Maskulinitas Baru Dalam Iklan Kosmetik Korea: Etude House Dan Tonymoly. Jurnal Patanjala Vol. 9(2): 213 – 228

- Hanana A, et al. 2018. Konstruksi Maskulinitas Boyband 2PM pada Remaja Penggemar K-Pop. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol 9(1): 59-72
- Kertajaya, Hermawan dkk. 2004. *Metrosexual In Venus: Pahami Perilakunya, Bidik Hatinya, Menangkan Pasarnya*. MarkPlus&Co. Jakarta
- Sukmadinata, N S. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya