

MEMAHAMI MAKNA MENJADI PRIA METROSEKSUAL

Syifa Triswidiastuty¹, Yohanis Franz La Kahija^{2*}

^{1,2}Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang Semarang 50275

Email: syifatris@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian dengan studi fenomenologis ini adalah untuk memahami makna menjadi pria metroseksual. Pria metroseksual diartikan sebagai pria yang hidup di kota besar, memiliki pendapatan sendiri, peduli terhadap penampilan maupun kesehatan dirinya dan menggunakan pakaian yang sesuai dengan tren yang sedang berkembang. Subjek penelitian ini adalah tiga orang pria yang termasuk dalam kategori pria metroseksual. Profesi ketiga subjek antara lain sebagai dosen, pelatih sepak bola, dan penyiar radio. Penemuan subjek dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Penggunaan metode yang digunakan dalam menganalisis adalah dengan Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). Pendekatan dengan metode IPA dalam proses analisis membantu peneliti untuk memahami dan menjelaskan lebih dalam mengenai proses dan penyebab menjadi pria metroseksual berdasarkan pengalaman yang diceritakan oleh subjek dalam bentuk wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini membahas tentang pengalaman menjadi pria metroseksual. Peneliti menemukan setiap subjek memiliki kesamaan dalam proses menjadi pria metroseksual antara lain memperhatikan penampilan, membentuk tubuh ideal, dan mengikuti perkembangan gaya berpakaian. Pengalaman tersebut menjadi kesatuan dalam memahami makna menjadi pria metroseksual.

Kata Kunci: pria metroseksual, gaya hidup.

Abstract

The purpose of this phenomenological research is to understand the meaning of being a metrosexual man. Metrosexual man is defined as men who lives in metropolitan city, have their own income, concerned about their appearance and their health status, and chooses their apparel option based on the developing of fashion trends. The subjects of this research are included in the category of metrosexual man. The professions of these three subjects are lecturer, soccer trainer, and broadcaster. Subjects were selected by using purposive sampling technique. Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) is a method that is used to analyze the data. IPA method in the analysis process helps researcher to understand and explain more about the process and cause to be a metrosexual man based on their experiences as told by interviewing the subjects. The result of this research discuss about the experience of being a metrosexual man. Researcher found that each subject has similarity in the process of being metrosexual man, which are getting concerned with their appearance and keeping the ideal body shape, and also following the fashion trend. Those experience form the basis of understanding the meaning of being a metrosexual man.

Keywords: metrosexual man, lifestyle.

PENDAHULUAN

Perkembangan jaman akan mempengaruhi perilaku manusia sehingga menghadirkan sebuah gaya hidup. Gaya hidup tersebut menjadi sesuatu yang bergerak sehingga mengalami perkembangan dan dapat berubah seiring perkembangan jaman. Perkembangan yang dimaksud adalah dengan menyesuaikan gaya berpakaian, model rambut, gadget, tempat hangout terbaru seperti coffee shop atau cafe, dan lain sebagainya. Tren tersebut tidak hanya berlaku untuk kaum wanita, namun juga pada kaum pria (Kartajaya, 2006).

Definisi metroseksual pertama kali dicetuskan oleh Mark Simpson di Majalah Salon edisi Juli 2002. Pria metroseksual adalah sosok dengan penampilan yang terawat meniru dari penampilan gaya dandan pria di media massa. Pria metroseksual bukanlah pria yang hanya berdandan dalam penampilan namun juga tipe-tipe pria yang memiliki uang banyak, dengan pola hidup kota-kota metropolitan yang menyediakan segala hal yang terbaik seperti klub, spa, salon, butik, penata rambut, restoran, dan toko (Handoko, 2004).

Perawatan wajah dan tubuh sudah tidak menjadi hal yang tabu untuk kaum pria jaman sekarang karena penampilan adalah salah satu hal penting yang menjadi perhatian banyak pria, bukan hanya karena keinginan mereka untuk tampil menawan dan percaya diri di depan kaum perempuan tetapi juga tuntutan dari pekerjaan yang mereka jalani. Banyaknya wanita yang bekerja membuat para pria berusaha untuk tampil seimbang dengan penampilan wanita yang secara alami terlihat rapi dan terawat (Swistinawati, 2009).

Subjek penelitian adalah pria metroseksual yang berada di Semarang dengan usia 18-40 tahun yang memiliki ciri: (1) pria yang berpenampilan trendi dan rapi; (2) melakukan perawatan pada tubuhnya sehingga terlihat bersih; (3) melakukan olahraga secara teratur untuk menjaga tubuhnya tetap bugar; dan (4) menggunakan pakaian yang sesuai dengan perkembangan jaman. Pemilihan pria metroseksual didasarkan pada fenomena yang terjadi akhir-akhir ini yaitu peningkatan jumlah pria metroseksual di Indonesia dan menunjukkan tren yang meningkat pada tahun-tahun kedepan (Kartajaya dkk, 2004).

Sedangkan usia pria 18-40 tahun dipilih karena masa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira 40 tahun. Pada masa-masa awal dewasa awal merupakan masa yang menunjukkan perubahan-perubahan dalam penampilan, minat, sikap dan perilaku yang karena tekanan-tekanan lingkungan tertentu akan menimbulkan masalah-masalah penyesuaian diri yang harus dihadapi oleh orang dewasa, namun perubahan tersebut akan dibawa sepanjang hidup (Hurlock, 2002).

Simpson (dalam Adlin, 2006) mendefinisikan metroseksual yaitu pria yang memiliki rasionalitas sendiri yaitu sifat narsistik yang tinggi sehingga selalu memperhatikan penampilannya dan memiliki gaya hidup metropolitan serta dapat ditemui di kota-kota metropolitan atau wilayah urban. Sedangkan Sumardi (dalam Kurniawan, 2009) berpandangan bahwa pria metroseksual merupakan pria yang selalu mengikuti perkembangan fashion dan selalu menginginkan produk-produk terbaru serta tergolong liberal dan senang bersosialisasi. Meskipun tergolong pria yang sangat memanjakan dirinya, pria metroseksual termasuk pria yang menghormati persamaan gender.

Gaya hidup metroseksual merupakan salah satu akibat dari pengaruh lingkungan. Adanya keinginan untuk mengutamakan penampilan bagi konsumen pria mendatangkan adanya kelompok gaya hidup metroseksual. Kunto dan Khoe (2007) menyatakan bahwa adanya perkembangan jaman membuat tuntutan untuk memiliki penampilan yang menarik tidak hanya didominasi oleh kaum wanita saja, tetapi juga pria. Hal ini menyebabkan adanya kebutuhan baru yang dimiliki oleh kaum pria untuk menunjang penampilan. Pria dengan gaya hidup metroseksual juga menggunakan jasa yang umumnya digunakan kaum wanita untuk menunjang penampilan seperti: jasa salon untuk merawat rambut, wajah, kulit, dan bagian tubuh lainnya. Perilaku pria dengan gaya hidup metroseksual umumnya mengikuti tren penampilan yang terbaru (Khoo dan Karan, 2007).

Upaya untuk mengikuti tren yang terbaru dalam penampilan menjadi budaya bagi pria dengan gaya hidup metroseksual. Pria dengan gaya hidup metroseksual memiliki tingkat pendapatan yang tinggi, sehingga memiliki daya beli akan produk penunjang penampilan. Pendapatan yang tinggi membuat pria dengan gaya hidup metroseksual memiliki dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok, sehingga ada kelebihan yang dapat digunakan dalam rangka membiayai penampilan. Keinginan selalu mengikuti tren yang terbaru membuat pria dengan gaya hidup metroseksual umumnya memiliki perhatian terhadap tokoh atau selebritis tertentu untuk menjadi contoh penampilan (Petova, 2012).

Pakaian yang dikenakan membuat pernyataan tentang busana yang digunakan. Individu yang bertemu dan berinteraksi akan menafsirkan penampilan seperti membuat suatu pesan. Fungsi komunikasi dari pakaian yang dikenakan dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam suasana formal maupun informal (Barnard, 2011). Pakaian menampilkan berbagai fungsi, antara lain sebagai bentuk komunikasi, pakaian bisa menyampaikan pesan yang bersifat nonverbal, melindungi dari cuaca buruk atau dalam olahraga tertentu dari kemungkinan cedera juga membantu menyembunyikan bagian-bagian tertentu dari tubuh dan pakaian memiliki suatu fungsi kesopanan (*modesty function*).

Tujuan penelitian fenomenologis ini adalah untuk memahami makna menjadi pria metroseksual di kota Semarang. Subjek sebagai sumber penelitian merupakan pria-pria yang termasuk dalam kategori pria metroseksual. Dalam penelitian ini, pria metroseksual didefinisikan sebagai seorang pria yang memperhatikan penampilan dan keadaan fisiknya dengan merawat dirinya sehingga selalu tampil percaya diri.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa memperkaya ilmu pengetahuan terutama di bidang psikologi sosial dan psikologi klinis, yaitu berupa perkembangan tren yang sedang meluas tentang gaya hidup metroseksual baik dari segi kesehatan dan sosial di masyarakat khususnya kota-kota besar.

Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan pandangan dan informasi secara jelas bagi para pembaca mengenai gambaran proses menjadi pria metroseksual dan kehidupan di era modern sebagai pria metroseksual.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian adalah pendekatan fenomenologis. Secara sederhana, fenomenologi lebih memfokuskan diri pada konsep suatu fenomena tertentu dan bentuk dari studinya adalah untuk melihat dan memahami arti dari suatu pengalaman individual yang berkaitan dengan suatu fenomena tertentu (Herdiansyah, 2012). Peneliti dalam pandangan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu. Dalam fenomenologis yang ditekankan adalah aspek subjektif dari perilaku orang. (Moleong, 2002). Penelitian fenomenologi merupakan suatu upaya untuk mendapatkan secara rinci bagaimana fenomena yang dialami oleh berbagai pengalaman yang muncul di setiap kehidupan. Studi fenomenologis ini secara khusus menerapkan Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). Pendekatan IPA memiliki tujuan untuk mengetahui pemaknaan subjek terhadap kehidupan pribadi dan sosialnya (Smith, 2009).

Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan melakukan proses wawancara dengan subjek penelitian. Pertanyaan wawancara yang diajukan pada setiap subjek terdiri dari 10 pertanyaan. Peneliti memilih metode wawancara semi-terstruktur disebabkan jawaban yang diberikan subjek telah meliputi jawaban dari pertanyaan wawancara lain yang terkait. Sebelum wawancara dilaksanakan, peneliti memberikan gambaran penelitian yang akan dilakukan, termasuk tujuan, manfaat penelitian, dan gambaran proses wawancara. Semua nama subjek yang digunakan dalam penelitian ini merupakan inisial dari nama asli subjek untuk menjaga kerahasiaan data.

Tahap analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain; membaca transkrip hasil wawancara berulang kali, melakukan pencatatan awal (initial noting), mengembangkan tema emergen (emergent themes), mengembangkan tema super-ordinat, beralih ke transkrip subjek berikutnya, menemukan pola antarsubjek, serta mendeskripsikan tema induk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat beberapa tahap analisis yang dilakukan oleh peneliti untuk dapat memahami pokok pengalaman subjek terkait dengan pengalaman menjadi pria metroseksual di kota Semarang. Interpretasi merupakan dasar dari seluruh proses analisis yang dilakukan oleh peneliti yang menggunakan metode IPA (Smith, 2009). Peneliti berusaha menemukan tema-tema induk (master theme) untuk dapat memahami pengalaman subjek. Peneliti memperoleh tema induk yang terdiri dari dua sampai tiga tema super-ordinat. Berikut merupakan tabel yang memuat tema induk mencakup tema-tema super-ordinat di dalamnya:

Tabel I

Tema Induk, Super-ordinat dan Tema Individual

Tema Induk	Tema Super-ordinat
Motivasi menjadi pria metroseksual	<ol style="list-style-type: none">1. Pengakuan lingkungan kerja2. Keinginan memperoleh pasangan
Keputusan menjadi pria metroseksual	<ol style="list-style-type: none">1. Identitas diri sebagai pria metroseksual2. Identifikasi tokoh idola
Pembentukan kepercayaan diri pria metroseksual	<ol style="list-style-type: none">1. Kebutuhan untuk merawat diri2. Mengikuti tren <i>fashion</i> yang sedang berkembang3. Berolahraga sebagai pembentuk <i>body image</i>

Tema Individual
Pengaruh Ibu dalam merawat diri Pembentukan citra diri sebagai nilai jual

Peneliti menemukan fokus utama dalam upaya menjadi pria metroseksual adalah adanya motivasi yang mendorong pria menjadi metroseksual, keputusan menjadi pria metroseksual, dan pembentukan kepercayaan diri. Serta tema individual yang hanya ditemukan pada satu subjek saja karena tidak terdapat pada subjek lainnya yaitu pengaruh ibu dalam merawat diri dan pembentukan citra diri sebagai nilai jual.

Motivasi pendorong pria menjadi metroseksual yang ditemukan oleh peneliti adalah keinginan mendapatkan pengakuan dari lingkungan kerja dan memperoleh pasangan. Pengakuan dari lingkungan kerja yang dimaksud adalah bentuk kekaguman dari rekan-rekan kerja terhadap dirinya. Sedangkan keinginan memperoleh pasangan diharapkan dapat terwujud setelah mengubah penampilan menjadi metroseksual. Pembentukan kepercayaan diri dilakukan dengan cara merawat diri sebagai kebutuhan yang harus selalu diperhatikan untuk menjaga kebersihan tubuh dan penampilan terlihat menarik. Mengikuti perkembangan tren fashion terkini sehingga selalu menampilkan sesuatu yang baru di setiap kesempatan, serta berolahraga untuk menciptakan tubuh ideal yang dapat menciptakan body image positif.

Keinginan menjadi pria metroseksual didasari oleh adanya motivasi untuk terlihat berbeda dibandingkan dengan pria-pria pada umumnya. Berbagai cara dilakukan untuk mendapat pengakuan dari lingkungan terdekat, mendapatkan perhatian dari orang lain khususnya lawan jenis, dan memperoleh kepuasan di bidang pekerjaan. Allport (dalam Feist & Feist, 2011) berpendapat bahwa kebanyakan orang termotivasi oleh dorongan yang dirasakannya daripada dengan kejadian-kejadian yang terjadi pada masa lalu, serta menyadari apa yang mereka lakukan dan mempunyai pengetahuan atas alasan mengapa mereka melakukannya.

Menjadi metroseksual berarti peduli dengan penampilan diri. Tidak jarang, hal tersebut dapat menimbulkan ketertarikan dari lawan jenis. Berdasarkan hasil temuan wawancara, peneliti menemukan bahwa tujuan dari menjaga penampilan adalah untuk mendapatkan perhatian dari lawan jenis sebagai upaya memperoleh pasangan, salah satu caranya adalah dengan melakukan olahraga untuk membentuk tubuhnya agar terlihat ideal.

Penampilan fisik merupakan hal yang pertama kali dilihat oleh orang lain sehingga diperlukan persiapan khusus bagi subjek untuk tampil di depan publik. Terdapat berbagai macam cara untuk dapat terlihat percaya diri dengan fisik yang terlihat secara langsung antara lain dengan melakukan perawatan diri di salon, penggunaan pakaian yang disesuaikan dengan bentuk tubuh dan warna kulit serta berolahraga untuk menjaga kebugaran tubuh maupun membentuk tubuh ideal. Menurut Conger dan Petersen (dalam Perdani, 2009) seseorang yang memasuki masa remaja akan semakin memperhatikan penampilan fisik mereka dan mulai berpikir bagaimana memperbaiki penampilan fisik agar semakin menarik. Bukan hanya remaja, individu yang memasuki usia dewasa awal juga selalu memperhatikan penampilan fisik dan berusaha tampil menarik saat berhadapan dengan orang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Makna menjadi pria metroseksual merupakan bentuk dari era modernisasi di kota sehingga ketiga subjek merasa perlu mengikuti perkembangan jaman yang serba modern dan mempunyai bagian dalam pergaulan anak muda saat ini. Pria metroseksual adalah pria yang memiliki kepedulian terhadap penampilan, senang menjadi pusat perhatian, mengikuti perkembangan fashion dan berani menampilkan sisi femininnya seperti mengadopsi kebiasaan-kebiasaan wanita dalam melakukan perawatan tubuh dan wajah. Pria metroseksual adalah kaum laki-laki yang mengikuti perkembangan dunia fashion terkini dengan pola hidup modern dengan ciri khas menjaga penampilan diri.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini terdapat banyak kekurangan, salah satunya adalah kurang mendalamnya *interview guide* yang membahas mengenai pria metroseksual. Sehingga data yang dikumpulkan kurang memberikan penjelasan secara mendalam mengenai makna menjadi pria metroseksual. Saran bagi peneliti selanjutnya untuk mempersiapkan *interview guide* mencakup seluruh pertanyaan mengenai pria metroseksual dari sudut pandang psikologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, Alfathri. (2006). *Resistensi gaya hidup : Teori dan realitas*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Barnard, Malcolm. (2011). *Fashion sebagai komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Feist, J & Feist, G. J. (2011). *Teori kepribadian*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Handoko, C.T. (2004). Metroseksualitas dalam iklan sebagai wacana gaya hidup postmodern. *Nirmana, Vol 6, No 2, Juli: 132-142*.
- Herdiansyah, Haris. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Hurlock, E.B. (2002). *Psikologi perkembangan : Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kartajaya, H., Yuswohady, D., Madyani, M., Christynar, & Indrio, B.D (2004). *Metrosexual in venus: pahami perilakunya, bidik hatinya, menangkan pasarnya*. Jakarta: PT Ikrar Mandiriabadi.
- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan kartajaya on marketing mix*. Jakarta : PT Mizan Pustaka.

- Khoo, M., & Karan, K. (2007). Macho or metroseksual: the branding of masculinity in FHM magazines in Singapura. *Journal intercultural communication studies XVI:1*.
- Kunto, Y.S., & Khoe, I.K. (2007). Analisis pasar pelanggan pria produk facial wash di kota Surabaya. *Jurnal manajemen pemasaran, Vol 2, No 1, April: 21-30*.
- Kurniawan, F.A. (2009). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pria metroseksual. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Semarang : Universitas Katolik Soegijapranata.
- Moleong, L.J. (2002). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Perdani, D. P. (2009). Kepuasan body image pada mahasiswa yang menggunakan body piercing. *Jurnal Psikologi Vol 7, No 1*.
- Petova, S.S. (2012). Perilaku konsumtif terhadap fashion pada pria metroseksual yang berpenghasilan pas-pasan. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Jakarta : Universitas Gunadarma.
- Smith, J.A. (2009). *Psikologi kualitatif panduan praktis metode riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Swistinawati, I.G. (2009). Kecerdasan emosional pria metroseksual. *Skripsi (tidak diterbitkan)*. Jakarta : Universitas Gunadarma.