

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengikuti perkembangan zaman yang pesat ini, berbagai perubahan bisa kita temukan di kehidupan sehari-hari. Mulai dari teknologi, cara dan alat untuk berkomunikasi, perilaku, gaya hidup maupun tren *fashion*. Berbagai perubahan ini bisa dirasakan dan dialami sendiri oleh wanita maupun pria. Gaya hidup wanita yang biasa diperlihatkan dengan bergaya, feminim, perawatan, berdandan dan indah. Para pria yang terlihat lebih santai sebelumnya mengenai penampilan, digambarkan sebagai sosok yang maskulin juga tegas, bahkan tidak intens merawat diri, namun sekarang sudah banyak pria yang memperhatikan penampilan dirinya, fenomena ini bisa disebut gaya hidup *metrosexual*. Pria *metrosexual* didefinisikan sebagai pria yang peduli dengan penampilan dan perawatan diri mereka, terkadang dianggap melebihi stereotip tradisional tentang maskulinitas yang sangat erat oleh image laki-laki.

Di era modern ini penampilan menjadi penting bagi pria, perawatan wajah dan tubuh sudah tidak lagi menjadi hal yang tabu bagi mereka. Penampilan bisa berubah karena tuntutan pekerjaan dan juga keinginan mereka sendiri untuk tampil menarik, menawan dan percaya diri.

Gambar 1. 1 Pendapat Pria Mengenai Penampilan Fisik

Bagaimana pendapat pria mengenai **penampilan fisiknya**?

Selain shampoo, conditioner dan hair tonic menjadi produk perawatan rambut yang diminati pria Indonesia

Conditioner	34,3%
Hair tonic	33,2%



96,7%

pria menganggap rambut sebagai hal yang signifikan dalam mempengaruhi penampilan

Dalam survei Zap Beauty yang dilakukan bersama MarkPlus, Inc tahun 2024, bertajuk Zap Beauty Index 2024 & MEN/O/LOGY mengenai persepsi pria Indonesia akan

penampilan dan kebiasaan perawatan diri. Survei tersebut menemukan bahwa (96.7%) pria Indonesia mengungkapkan bahwa rambut menjadi point penting dalam penampilan mereka, dengan begitu mereka merawat rambut menggunakan *conditioner* dan *hair tonic*.

Gambar 1. 2 Cara Pria Merawat Diri



Bahkan menurut survei yang sudah dilakukan mengenai, “apa makna tampan menurut pria di Indonesia” adalah dimana seseorang itu mampu memperhatikan penampilan dan memiliki penampilan yang *well-dressed* dan menghasilkan kepercayaan seorang pria meningkat, disetujui (23,5%) pria Indonesia. Juga mendapatkan hasil bahwa (55,4%) pria menggunakan *makeup* ataupun produk khusus pria, bahkan (26,4%) pria Indonesia telah rutin menggunakan serum dan (25,7%) rutin menggunakan masker wajah. Diakhiri dengan hasil survei yang menjelaskan bahwa hampir (50%) pria Indonesia pernah melakukan perawatan kulit di klinik kecantikan. Tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik, banyak hal lain yang di perhatikan oleh pria metroseksual seperti minat, hobi dan gaya hidup yang mencerminkan identitas mereka.

Penyebaran gaya hidup *metrosexual* ini bisa dibidang sebuah bentuk pengaruh dari media, media dijadikan sarana ekspresi diri oleh berbagai individu. survei yang telah dilakukan oleh Meta kepada Generasi Z, Menjelaskan bahwa pada survei tersebut, sekitar (85%) responden menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, mengikuti tren, berbagi pengalaman, memperluas jaringan sosial hingga mengekspresikan diri mereka. Selain itu, lebih dari (70%) responden menggunakan media sosial bermaksud untuk mengakses berbagai informasi (eraspace, 2024).

Media bisa dianggap sebagai alat komunikasi revolusioner karena orang-orang akan berpartisipasi dalam proses pembuatan dan penyebaran informasi. Ini telah mengubah cara kita berinteraksi, mencari informasi, mengekspresikan diri, dan bahkan berpartisipasi dalam aktivitas sosial dan politik masyarakat modern. Bentuk-bentuk media seperti situs web, blog dan media sosial menjadi platform kreatif, pembangun *image* dan menjalin relasi juga koneksi dengan orang lain. Mengenai media sosial tadi, banyak pria metroseksual yang aktif di media sosial contohnya Twitter, Facebook, Instagram dan TikTok.

Menariknya, Instagram bisa dibilang menjadi salah satunya media sosial yang digunakan oleh para pria *metrosexual*, didukung oleh data yang dibagikan oleh (Annur, 2024) dalam databoks bahwa instagram menjadi media sosial nomer dua terbanyak penggunanya, dengan persentase (85,3%). Berbagai postingan seperti banyaknya postingan selfie, gaya hidup konsumtif, informasi tentang perawatan tubuh, mulai dari perawatan muka hingga gaya berpakaian yang kekinian, menunjukkan sisi friendly hingga berbagi postingan gaya hidup yang sering jalan-jalan. biasanya ditampilkan berbentuk postingan, cerita, juga *endorsement*. Sosial media menjadi sarana pendukung gaya hidup metroseksual yang berkembang dikalangan masyarakat. Berbagai sosial media salah satunya adalah instagram menjadi sebuah tempat orang-orang menunjukkan siapa dirinya dan bagaimana gaya hidupnya. Dimulai dari menunjukkan gaya hidup narsisme, konsumerisme, hedonisme dan kapitalisme seseorang. Di media sosial lah seseorang membranding dan membangun *image* dirinya.

Instagram sendiri sudah menjadi salah satu platform yang digunakan para tokoh-tokoh terkenal untuk branding diri mereka. Mulai dari para jajaran artis, actor, tokoh politik *influencer* hingga selebgram pun menggunakan platform ini. Mempunyai jangkauan yang luas, dengan ribuan hingga jutaan pengguna memberikan kesempatan untuk para tokoh ini berinteraksi secara langsung dengan orang-orang maupun penggemarnya. Membagikan berbagai *daily life update* mereka, dapat menggaet berbagai *endorsement* untuk penghasilan mereka. Berbagai fitur-fitur yang sudah disediakan oleh aplikasi itu juga berbagai kombinasi pendukung lainnya, instagram menjadi platform yang efektif bagi

mereka tokoh-tokoh terkenal itu untuk meningkatkan visibilitas dan pengaruh mereka di dunia virtual ini.

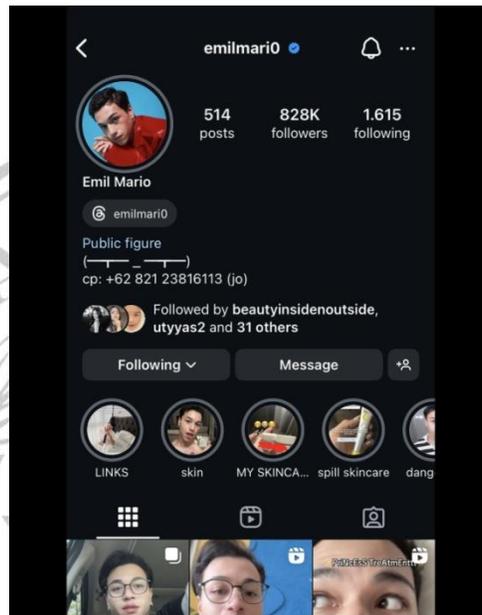
Dengan pilihan peneliti mengenai topik *Metrosexual*, peneliti memilih seorang selebgram yang cocok dengan image ini. Mengacu pada teori fenomena metrosexual yang dijelaskan Ahmad Mulyana pada buku *Gaya Hidup Metrosexual: Perspektif Komunikatif*, Pria metroseksual dideskripsikan sebagai pria yang cinta akan dirinya, menunjukkan sisi dirinya yang sangat peduli akan penampilannya baik dalam perawatan diri dan *fashion*, didorong juga gaya hidup metropolitan yang dijalannya dengan pendapatan diatas rata-rata, mereka dianggap mampu berfikir secara emosional dibanding pria umumnya. Pria dengan pribadi yang tak segan untuk menunjukkan emosinya mereka nyaman berada di lingkungannya, baik bersama pria maupun wanita, begitu menghargai wanita dan sangat pandai bersosialisasi layaknya seorang wanita, dan menjelaskan fenomena metroseksua ini telah menjadi budaya umum yang terjadi pada beberapa kota besar di Indonesia seperti Jakarta dan Surabaya (Mulyana, 2022 h.41).

Akun instagram Emil Mario yaitu @emilmari0 menjadi pilihan sebagai objek oleh peneliti dikarenakan sesuai dengan kriteria di atas dan pada berbagai postingan yang dibagikan pada akun instagramnya membat habis semua tanda seseorang dengan gaya hidup *metrosexual* yang dijelaskan oleh Ahmad Mulyana. Tentunya banyak selebgram ataupun influencer lain yang juga menunjukkan gaya hidup metropolitan seperti akun instagram, @ariefmuhammad, @refalhady dan @rehanmubarak. Namun, tidak semua tanda seseorang *metrosexual* tadi di tampilkan oleh mereka pada akun instagramnya, hanya menampilkan satu hingga dua tanda saja yang berbeda dengan akun instagram @emilmari0.

Emil Mario merupakan seorang selebgram dan influencer, aktif di berbagai media sosial yang memulai karirnya dengan membuat berbagi konten yang menarik perhatian para penonton. Konten-konten yang diposting membagikan cerita *relate* dengan kehidupan para penonton di masa ini, menghasilkan viewers hingga jutaan di platform TikTok dan hingga kini memiliki pengikut sebanyak 7,1. juta pengikut. Memiliki nama lengkap Emil Mario

Rossandi Vandermolen yang lahir pada tanggal 13 Juli 2001 dan menganut agama Kristen. Memiliki kesibukan kuliah di Universitas Mercu Buana dengan Jurusan Public Relations.

Gambar 1. 3 Instagram @emilmari0



Gambar diatas merupakan profil instagram Emil Mario, memiliki 790 ribu pengikut, mengikuti 1,490 orang dan sudah memposting sebanyak 456 post. Pada instagramnya Emil sendiri benar-benar menunjukkan kriteria *metrosexual*. Dimulai dari postingan selfie, berdandan, postingan liburan, memiliki sifat friendly, gaya hidup metropolitan dan terkadang juga menunjukkan gaya berpakaian yang maskulin.

Peneliti ingin menjelaskan bagaimana akun Instagram selebgram @emilmari0 ini menggunakan media sosia untuk membagi postingan-postingan *daily life* yang menunjukkan sisi *metrosexual* nya. Oleh karena itu, penelitian ini dianggap peneliti penting dan peneliti tertarik untuk mengkaji juga mendeskripsikan bagaimana konten yang dihasilkan oleh selebgram dan influencer ini untuk dikonsumsi oleh para pengikutnya, dan bagaimana reaksi, interaksi bahkan penerimaan keberagaman dengan positif. Menggunakan analisis isi kualitatif, pada konten media sosial akun Instagram @emilmari0 dengan fokus dan kategori penelitian yang telah ditentukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dapat ditarik rumusan masalahnya seperti berikut: Bagaimana eksistensi *Metrosexual* dalam postingan yang dibagikan di akun media sosial instagram @emilmari0?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mencari tahu bagaimana eksistensi metrosexual diperlihatkan dalam media sosial dan bagaimana gaya hidup yang dijalani oleh Emil Mario direpresentasikan melalui konten yang dibagikan oleh akun @emilmari0.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mengenai Eksistensi *Metrosexual* Pada Media Sosial menggunakan analisis Isi Postingan Akun Instagram @emilmari0, yakni:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu akademis di bidang Ilmu Komunikasi mengenai analisis isi kualitatif dan juga paham akan bagaimana sebuah fenomena *metrosexual* ditampilkan oleh seseorang di media sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat Memberikan sebuah wawasan dalam memahami berbagai representasi positif yang ditampilkan pada media sosial, khususnya mengenai *metrosexual* yang menjadi salah satu topik hangat di era modern.