

## Soft Masculinity Masyarakat Urban

Muhammad Dwi Saputra<sup>1</sup>, Rini Sulastr<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Gunung Djati Bandung  
saputradwi257@gmail.com<sup>1</sup>, rinisulastr10@uinsgd.ac.id<sup>2</sup>

### Abstract

*This research is motivated by a cultural phenomenon that is increasingly developing in society, making soft masculinity a new understanding, the gender identity shown by soft masculinity people is softness and feminine traits like those of women. Metrosexuals also appear in society, cultural acculturation makes many men maintain and care for their appearance. This research aims to explain the phenomenon of soft masculinity that occurs in society. Soft masculinity that occurs in society has developed into the term metrosexual men, where metrosexual men are willing to spend a lot of money to buy things that can make their appearance look neat. and carry out routine care to look after herself from head to toe. The methodology used in this research is by observing each individual who is included in soft masculinity and metrosexual men. Qualitative description methods were also used in compiling this research article. Social change not only changes values and norms in society, but social change also changes individual behavior, giving birth to new understandings in society.*

**Keyword:** Culture, Public, Metrosexual

### Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena budaya yang semakin berkembang di tengah masyarakat menjadikan *soft masculinity* menjadi pemahaman baru, identitas *gender* yang diperlihatkan oleh kaum *soft masculinity* diidentikan dengan kelembutan dan sifat feminim seperti yang dimiliki oleh para perempuan. Metroseksual juga muncul ditengah-tengah masyarakat, akulturasi budaya membuat banyak laki-laki yang menjaga dan merawat penampilan diri mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena *soft masculinity* yang terjadi dimasyarakat, *soft masculinity* yang terjadi di masyarakatpun berkembang menjadi istilah laki-laki metroseksual yang dimana laki-laki metroseksual ini rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk membeli barang-barang yang bisa menjadikan penampilannya terlihat rapih dan melakukan perawatan rutin untuk menjaga dirinya mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki. Metodologi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara melakukan observasi kepada setiap individu yang termasuk kedalam laki-laki *soft masculinity* dan metroseksual, metode deskripsi kualitatif juga digunakan dalam menyusun artikel penelitian ini. Perubahan sosial yang tidak hanya merubah nilai dan norma dimasyarakat, tetapi perubahan sosial juga mengubah tingkah laku individu sehingga melahirkan pemahaman-pemahaman baru di masyarakat.

**Kata Kunci :** Budaya, Masyarakat, Metroseksual

## Pendahuluan

Masyarakat urban dapat diartikan sebagai sekumpulan orang yang hidup ditengah-tengah perkotaan, bersifat kekotaan, dan hasil dari urbanisasi masyarakat desa ke suatu kota. Masyarakat urban cenderung bersifat heterogen dan individual, masyarakat urban juga lebih memiliki gaya hidup yang sangat tinggi dibandingkan dengan masyarakat pedesaan. Terlepas dari perbedaan masyarakat pedesaan dan masyarakat urban, dalam hidup bermasyarakat laki-laki selalu dipandang sebagai seorang yang superior, masyarakat berpandangan bahwa laki-laki harus memiliki sifat tegas, gagah, kuat, dan memiliki jiwa kepemimpinan. Stereotip masyarakat terhadap sifat maskulinitas yang harus dimiliki oleh seorang laki-laki menjadi hal yang umum karena sifat kultural yang sudah terbentuk dari lama dan selalu bertahan dari masa ke masa. Tetapi, pada perkembangan zaman yang pesat terutama pada masyarakat urban yang dikelilingi oleh akses yang serba cepat dan harus berpenampilan menarik, mengubah persepsi masyarakat bahwa laki-laki juga harus bisa bersolek dan menjaga penampilan dirinya, tidak sedikit para laki-laki yang membeli kebutuhan perawatan kulit seperti yang dilakukan para perempuan, dengan begitu muncullah istilah *soft masculinity* yang menggambarkan laki-laki yang memperhatikan tubuh mereka agar menarik di masyarakat.

Istilah *soft masculinity*, istilah laki-laki metroseksual juga banyak sekali di kalangan masyarakat, metroseksual adalah gaya hidup yang sangat memperhatikan dirinya mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki dengan memakai atau menggunakan produk-produk mewah untuk menunjang gaya hidup mereka, laki-laki metroseksual tidak segan-segan untuk mengeluarkan banyak uang demi merawat dirinya. Zaman yang semakin berkembang mengakibatkan banyak pengaruh budaya asing yang masuk ke Indonesia, masyarakat urban pun banyak sekali yang membeli barang dengan merk yang mewah.

Perubahan zaman membuat masyarakat tergolong menjadi masyarakat konsumen, dimana masyarakat lebih memilih menjadi pihak konsumen daripada menjadi pihak produsen, perubahan sosial yang terjadi diakibatkan karena perkembangan zaman yang pesat yang memudahkan masyarakat membeli atau mendapatkan hal yang mereka inginkan hanya dengan uang. Masyarakat lebih memilih memenuhi kebutuhan primer mereka tanpa memikirkan barang itu penting atau tidak untuk mereka.

Kajian teoritis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori masyarakat konsumerisme yang dikemukakan oleh tokoh sosiologi, Jean Baudrillard. Baudrillard berpendapat bahwa mereka yang berada dalam masyarakat konsumen perlu mengonsumsi untuk merasa hidup. Pemakaian ini melahirkan slogan: "aku mengonsumsi maka aku ada". Dengan kata lain, penerimaan kode secara bertahap menciptakan pola konsumsi yang tidak terpikirkan sebelumnya (Kennedy dan Krogman, 2008: 178).

Penelitian terdahulu mengenai *soft masculinity* pernah dilakukan oleh Paramitha Ayuningtyas mengenai "*Indonesia Fan Girls Perception Towards Soft Masculinity As Represented By K-pop Male Idols*" di dalam penelitian tersebut dijelaskan penelitian ini membahas bahwa K-pop dijadikan strategi pengenalan identitas *gender* dalam memasarkan kelembutan maskulinitas yang ditampilkan oleh personil k-pop, terutama dalam memasarkan produk kecantikan mereka.

Penelitian terdahulu mengenai *soft masculinity* pernah dilakukan oleh Eka Perwitasari Fauzi mengenai "*Konstruksi Sosial Soft Masculinity Dalam Budaya Pop Korea*" di dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa peran media sangat penting dalam konstruksi sosial di masyarakat terutama pada nilai-nilai maskulinitas yang berubah dari pemikiran tradisional menjadi pemikiran yang baru.

Berdasarkan dari dua peneliti terdahulu yang membahas mengenai *soft masculinity* menggunakan perspektif yang berbeda, pembaruan penelitian dalam artikel ini memaparkan bahwa *soft masculinity* dan metroseksual adalah akbiat dari akulturasi budaya yang terjadi ditengah-tengah masyarakat sehingga memunculkan pemahaman baru terhadap identitas gender di masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dari fenomena *soft masculinity* yang terjadi dimasyarakat, *soft masculinity* yang terjadi di masyarakatpun berkembang menjadi istilah laki-laki metroseksual yang dimana laki-laki metroseksual ini rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk membeli barang-barang yang bisa menjadikan penampilannya terlihat rapih dan melakukan perawatan rutin untuk menjaga dirinya mulai dari ujung rambut hingga ujung kaki, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan sebab dari fenomena yang banyak terjadi dimasyarakat.

Penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan, baik dalam segi sosial maupun pengetahuan budaya yang selalu berkembang seiring dengan perkembangan zaman yang cepat, penelitian ini juga diharapkan bisa berkontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang terutama dalam masalah *gender* di tengah-tengah masyarakat.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat studi pustaka (*library research*) yang menggunakan buku maupun hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai objek dalam menyusun artikel ini. Penelitian kualitatif menghasilkan informasi berupa catatan dan data deskriptif yang terdapat di dalam teks yang diteliti. Metode kualitatif memiliki maksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus (Moleong, 2016). Teknik pengumpulan data menggunakan observasi memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengamati dan menelaah fenomena yang diteliti (Bogdan & Biklen, 2017).

## Hasil dan Pembahasan

### *Fenomena Soft Masculinity*

*Soft masculinity* sebagai suatu perilaku yang memperlihatkan bahwa dimana seorang laki-laki menunjukkan sifat feminimnya mulai dari gaya bicara, berpenampilan, penggunaan barang-barang dalam kehidupan sehari-harinya. Laki-laki yang memiliki sifat *soft masculinity* lebih suka bergaul dengan para perempuan, sifatnya feminim, biasanya para perempuan menerima dia dan tidak sungkan untuk bergaul dengannya. Berbeda dengan para laki-laki yang mempertahankan sifat maskulinitasnya selalu ingin terlihat lebih *superpower* dibandingkan dengan perempuan. Tren *soft masculinity* ini menjadi pemahaman baru yang masuk melalui percampuran budaya timur dan budaya korea, laki-laki *soft masculinity* tidak sepenuhnya menjadi feminim atau berlagak seperti perempuan, tetapi laki-laki *soft masculinity* masih mempertahankan sifat maskulinnya dengan sisi yang lebih lembut dibanding dengan laki-laki yang memegang atau mengimplementasikan maskulin seutuhnya.

Maskulinitas, sebagai suatu konsep yang didalamnya memiliki ciri dan sifat yang secara umum diidentifikasi pada laki-laki dalam suatu budaya. Dalam paradigma ini, seringkali terdapat penekanan pada keberanian, kekuatan fisik, tanggung jawab, dan kemandirian sebagai atribut yang dianggap mewakili esensi laki-laki. Meskipun demikian, perlu diakui bahwa definisi

maskulinitas bersifat dinamis dan dapat berubah seiring dengan perubahan budaya dan nilai-nilai masyarakat.

Dalam konteks budaya yang berbeda, pandangan terhadap maskulinitas dapat bervariasi. Beberapa masyarakat mungkin menilai keberhasilan profesional atau prestasi sebagai pilar utama dari maskulinitas, sementara yang lain mungkin lebih memberikan perhatian pada aspek-aspek sosial, emosional, atau bahkan peran dalam keluarga. Pemahaman ini memberikan gambaran tentang keragaman interpretasi tentang apa yang dianggap sebagai "laki-laki sejati."

Konsep maskulinitas tidak bersifat statis atau universal. Seiring berjalannya waktu, definisi ini mengalami evolusi sejalan dengan perubahan norma-norma masyarakat dan pergeseran nilai. Diskusi seputar maskulinitas juga melibatkan pemikiran kritis terhadap stereotip gender, yang mendorong upaya untuk mendukung dan menghargai beragam ekspresi identitas dan peran gender.

Konsep maskulinitas terdiri dari tingkah laku (*behavior*), komunikasi (bahasa), dan (praktik) dalam (praktik). lokasi yang terkait dengan komunitas budaya yang berbeda. Maskulinitas, sebagai sebuah konsep, umumnya terkait didefinisikan sesuai dengan laki-laki memberi label pada aspek budaya sebagai "tidak feminin Perilaku laki-laki dan maskulinitas tidak hasil dasar dari cetak biru genetik, pengungkapan kecenderungan biologis bahwa gagasan tentang maskulinitas laki-laki tidak mampu Hanya satu definisi yang diperlukan untuk menjelaskan. Interpretasi yang berbeda tentang "kejantanan" (kejantanan) Dalam kerangka sejarah dan masyarakat, ada beberapa Konsep ini mencakup pelaksanaan kontrol dan pengaruh terhadap budaya dan politik. Imperialisme mempunyai korelasi langsung dengan konsep "laki-laki. Pengaruh budaya yang hegemonik persepsi tentang diri sendiri oleh individu sejalan dengan gagasan, sebagai laki-laki bentuk maskulinitas yang ada di masyarakat, pendapat individu inilah yang membentuk persepsi suatu bangsa. Kelanggengan hegemoni adalah kenyataan yang tidak dapat disangkal.

Dari sudut pandang masyarakat, gender dan budaya dianggap sebagai entitas yang berbeda, sehingga membuka jalan bagi terbentuknya interpretasi baru seputar gagasan maskulinitas. Pada proses objektivasi ini seringkali tidak disadari bahwa semua perilaku yang disadari ataupun tidak disadari ini merupakan buatan manusia yang sedang dalam proses untuk "menjadi". Konstruksi sosial berperan untuk mendorong konsep gender dan budaya untuk kemudian terwujud menjadi sebuah tindakan. Ini yang disebut sebagai institusional. Awal kemunculan sebuah konsep selalu menimbulkan pertanyaan bahkan dianggap sebagai "tandingan" dari yang konsep lama.

Pada tahun 1994, *soft masculinity* ini berkembang atau menjadikan sebuah pemahaman yang baru lagi, yang dimana laki-laki *soft masculinity* yang dibarengi dengan membeli barang-barang yang berharga mahal membuat laki-laki tersebut termasuk kedalam laki-laki metroseksual. Indonesia mengalami perubahan sosial yang menakjubkan pada awal tahun 2000an dengan munculnya tren metroseksual. Fenomena ini merupakan bagian dari pergeseran konsep maskulinitas, dimana pria Indonesia mulai menaruh minat pada aspek-aspek seperti penampilan pribadi, fashion, dan perawatan diri.

Munculnya fenomena *soft masculinity* saat ini tidak terlepas dari berbagai hal yang mempengaruhinya. Faktor yang mempengaruhi *soft masculinity* diantaranya sebagai berikut:

1. Budaya

Dalam konteks pembahasan kesetaraan gender, refleksi terhadap pandangan tradisional tentang maskulinitas menjadi semakin penting. Mendorong masyarakat untuk melibatkan laki-laki dan perempuan dalam peran mereka tanpa dibatasi oleh norma-norma gender yang kaku

adalah langkah menuju masyarakat yang lebih inklusif dan adil secara gender. Oleh karena itu, upaya untuk membuka ruang bagi definisi maskulinitas yang lebih luas adalah bagian integral dari perjalanan menuju perubahan positif dalam dinamika gender.

Penyebaran unsur-unsur kebudayaan berupa ide, keyakinan, dan hasil kebudayaan dari individu kepada individu lain, dari satu kelompok kepada kelompok lain dalam masyarakat atau dari satu masyarakat satu ke masyarakat lainnya. Difusi intramasyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dimana pengakuan terhadap kegunaan atau pemahaman unsur baru yang diterima oleh masyarakat, unsur maskulin yang sudah modern membuat masyarakat terbiasa dengan keberadaan *soft masculinity* karena terjadinya pergeseran zaman yang sangat cepat. Akulturasi budaya dalam masuk pemahaman *soft masculinity* menjadi hal yang saling mempengaruhi antara dua kebudayaan yaitu kebudayaan masyarakat Indonesia dan kebudayaan masyarakat Korea, akulturasi mempunyai pengaruh lebih besar daripada difusi, karena akulturasi sebagai proses perubahan yang menyebabkan “pengingkatan keserupaan” antara dua kebudayaan. Penyatuan kebudayaan ini dihasilkan dari dua kebudayaan yang setara, dalam akulturasi, individu tidak menjadi pusat perhatian karena masyarakat yang mengalami pengaruh dari akulturasi budaya, yang selanjutnya menjadi satu kesatuan antara budaya luar dan budaya masyarakat.

Perubahan sosial yang terjadi di tengah masyarakat atau pada lembaga kemasyarakatan dalam masyarakat dapat mempengaruhi sistem sosial yang ada di dalamnya (Soemardjan,1989). Sistem sosial di masyarakat yang sudah terjadi sejak lama dan dengan kebiasaan sehari-hari yang sudah dilakukan oleh masyarakat membuat nilai dan norma di masyarakat terbentuk dengan sendirinya. Budaya tradisional yang masih kental akan ajaran agama yang kuat membentuk pemikiran masyarakat bahwa laki-laki harus selalu bersikap maskulinitas dengan menunjukkan sifat tegas, bertanggung jawab, kuat, dan lainnya. Hal ini berbeda dengan perempuan yang selalu dianggap lemah dan lembut, membentuk pemikiran bahwa perempuan harus menunjukkan sifat feminimnya di masyarakat. Tetapi dengan berkembangnya zaman dan mudahnya akses budaya yang masuk ke Indonesia membuat pemikiran tradisional tergesus dan tergantikan oleh budaya yang baru dengan sendirinya.

Budaya baru yang masuk ke Indonesia menjadikan *soft masculinity* menjadi pemahaman baru di masyarakat. Sifat laki-laki yang cenderung menunjukkan sisi feminimnya tidak segan-segan untuk bergaul dengan para perempuan karena sisi emosional mereka yang nyaman dengan sisi perempuan yang bertingkah laku lembut. Berbeda dengan laki-laki yang selalu menggunakan kekuatan fisik mereka dalam melakukan kegiatan sehari-hari, *parenting* keluarga menjadi faktor yang paling utama dalam membentuk sifat dari seorang anak. Keluarga menjadi contoh pertama bagi anak untuk melakukan atau meniru suatu hal, tidak sedikit juga keluarga yang membiarkan anaknya bergaul sehingga tidak terpantau oleh orang tua mereka. Anak laki-laki yang selalu bergaul dengan perempuan sedikit demi sedikit akan memperlihatkan sisi feminim mereka, sehingga pemahaman mengenai *soft masculinity* muncul menjadi budaya yang baru di tengah-tengah masyarakat.

## 2. Pendidikan

Pendidikan juga dapat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi *soft masculinity* karena lingkungan pendidikan sangat memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk nilai-nilai, sikap, dan norma-norma pada anak dalam bergaul dan berperilaku ditengah-tengah masyarakat. Peran pendidikan dapat memberikan dampak yang sangat mempengaruhi bagi emosional seseorang dalam menghadapi sesuatu, konsep maskulinitas yang lebih luwes dan

menghargai emosional seseorang yang cenderung memiliki pemahaman yang lebih luas terhadap berbagai bentuk maskulinitas. Program konseling pada sekolah dapat membantu siswa untuk lebih memahami dan menerima diri mereka sendiri, termasuk cara mereka mengeskpresikan maskulinitas menurut mereka.

### 3. Budaya Masyarakat

Masyarakat yang memiliki nilai-nilai dan norma-norma sosial juga untuk mengajarkan peran *gender* dan maskulinitas, pembentukan karakter pada anak dapat menciptakan tekanan agar sesuai dengan norma masyarakat. Nilai dan norma yang sudah ada dari zaman dahulu terbentuk karena budaya yang masyarakat jalani sehari-hari. Selain peran lingkungan, dizaman yang semakin canggih, pengaruh media menjadi hal yang dapat mempengaruhi budaya di suatu lingkungan terhadap cara pandang representatif maskulinitas, jika media memberikan gambaran yang positif pada masyarakat mengenai *soft masculinity* tentu masyarakat akan menerima *soft masculinity* sebagai pemahaman yang baru dalam lingkungan sosial.

Proses eksternalisasi *soft masculinity* melibatkan adaptasi terhadap norma dan gagasan budaya sebagai ciptaan manusia. Dalam konteks sosial budaya, maskulinitas diartikan sebagai perwujudan kekuatan, kerja keras, keototan, dan dominasi terhadap perempuan. Laki-laki mana pun yang tidak sesuai dengan cita-cita ini dianggap menyimpang dan dikucilkan dari konsep laki-laki macho. Di Indonesia, negara dengan sistem patriarki yang kuat, gagasan *soft masculinity* awalnya ditolak karena norma budaya. Oleh karena itu, budaya lokal memainkan peran penting dalam membentuk konstruksi ini.

Metroseksual juga bisa disebut suatu budaya yang dimana seseorang berpenampilan yang mencirikan masyarakat metro atau perkotaan, metroseksual ini muncul akibat perubahan sosial yang begitu pesat ditengah-tengah masyarakat, masyarakat yang sudah termasuk kedalam masyarakat konsumerisme membuat masyarakat mudah mendapatkan apa yang mereka mau dengan sebuah uang, kebutuhan merawat diri mereka sudah menjadi hal yang ajaib untuk dipenuhi, laki-laki rela mengeluarkan biaya yang besar hanya untuk membuat diri mereka terlihat menjadi indah, berbeda dengan *soft masculinity*, metroseksual ini mempercantik dirinya dengan pakaian dan aksesoris yang mahal.

Maraknya laki-laki metroseksual telah menjadi fenomena yang patut diperhatikan, masyarakat melihat adanya transformasi persepsi maskulinitas dalam masyarakat saat ini. Ketika norma-norma budaya berkembang untuk merangkul individualitas dan ekspresi diri, para laki-laki ini menyambut penampilan mereka dengan antusiasme baru. Berbagai elemen, termasuk pertumbuhan pesat industri perawatan pria, pengaruh media, dan standar kesehatan dan kecantikan yang didefinisikan ulang, secara kolektif berkontribusi pada pembentukan identitas metroseksual.

### 4. Perubahan Sosial

Penerimaan metroseksualitas di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk globalisasi. Dengan meningkatnya keterbukaan terhadap budaya asing melalui media massa dan internet, pria Indonesia semakin terekspos terhadap tren dan gaya hidup internasional. Seiring dengan meningkatnya permintaan, industri fashion pria dan produk perawatan khusus pria juga berkembang pesat. Tetapi, tren ini tidak merata di seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Penerimaan terhadap pria metroseksual dapat berbeda-beda tergantung pada latar belakang budaya, geografis, dan tingkat pendidikan. Meskipun sebagian masyarakat merespons positif terhadap perubahan ini, ada juga mereka yang menilai dengan skeptis atau menganggapnya sebagai dampak negatif dari globalisasi yang terlalu besar.

Seiring berjalannya waktu, metroseksualitas semakin terintegrasi dalam budaya populer Indonesia. Industri mode dan kecantikan pria terus berkembang, mencerminkan pergeseran dalam persepsi masyarakat terhadap maskulinitas dan gaya hidup. Dengan demikian, sejarah metroseksual di Indonesia mencerminkan dinamika perubahan budaya dan sosial yang terus berkembang di tingkat lokal dan global.

Perubahan sosial juga mengakibatkan pembaruan bentuk dari yang lama menjadi yang baru sehingga muncul perbedaan sistem nilai, norma sosial, pola kehidupan, dan perilaku individu ataupun kelompok, serta institusi sosial (Atkison dan Brooten, 1998). Seiring perkembangan zaman yang cepat, metroseksual tidak lagi menjadi hal tabu di masyarakat sekitar, para kaum metroseksual pun banyak sekali yang membentuk kelompok untuk kepentingan mereka dalam bergaya dan berpenampilan.

#### 5. Gaya Hidup

Dalam industri perawatan pria yang sedang berkembang, tidak hanya terdapat banyak produk kecantikan, namun juga peluang bagi pria untuk melakukan introspeksi dan memprioritaskan kesejahteraan mereka secara keseluruhan. Dampak media massa, yang fokus pada selebriti yang mempromosikan gaya hidup sehat dan menganjurkan perawatan diri, memainkan peran penting dalam membentuk representasi visual dan persepsi industri dan harapan terkait penampilan laki-laki modern.

Pentingnya penampilan bukan lagi sekadar cerminan gaya hidup, melainkan juga identitas diri dan kesejahteraan holistik. Oleh karena itu, menjadi metroseksual tidak hanya mencerminkan ketertarikan pada mode dan perawatan kulit, tetapi juga merupakan respons terhadap tuntutan sosial yang berkembang terhadap pria untuk memahami dan menghargai diri mereka sendiri secara komprehensif. Dalam konteks ini, fenomena metroseksualitas bukanlah sekadar trend atau gaya hidup, melainkan refleksi dari perubahan mendalam dalam cara masyarakat memandang dan merayakan maskulinitas pada era modern ini.

Metroseksualitas sebagai fenomena sosial tidak hanya memengaruhi gaya hidup individual, tetapi juga membawa dampak yang meluas dalam konteks sosial, ekonomi, dan budaya. Di dalam relasi interpersonal, pria metroseksual cenderung membawa perubahan dalam dinamika rumah tangga dengan keterlibatan yang lebih aktif dalam peran keluarga. Industri perawatan pria merasakan imbas positif dari tren ini dengan munculnya berbagai produk dan layanan yang dirancang khusus untuk pria, menciptakan peluang bisnis baru. Selain itu, metroseksualitas turut mengubah persepsi konvensional tentang maskulinitas dengan membuka jalan bagi ekspresi diri yang lebih beragam dan inklusif.

#### 6. Media Sosial

Media sosial memainkan peran integral dalam membangun citra metroseksual, membentuk norma kecantikan pria dan memberikan motivasi atau tekanan untuk mengikuti standar tertentu. Industri mode, sebagai penafsir dan pengikuti tren, ikut beradaptasi dengan menyediakan opsi pakaian yang mencerminkan gaya hidup modern. Dalam kerangka yang lebih luas, fenomena ini menciptakan perubahan sosial yang kompleks, menggiring pandangan masyarakat terhadap identitas gender dan mengakomodasi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Metroseksualitas bukan hanya sekadar trend sementara, melainkan juga refleksi dari evolusi budaya yang lebih besar yang mencerminkan dinamika perubahan dalam masyarakat kontemporer.

Dalam mengembangkan konsep soft maskulinitas pada masyarakat perkotaan, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan. Pertama, mengubah persepsi tentang maskulinitas

adalah kuncinya, merangkul kerentanan sebagai kekuatan dan merayakan keberagaman identitas maskulin. Langkah ini melibatkan pengakuan bahwa ekspresi emosi yang lebih terbuka adalah salah satu bentuk keberanian. Selain itu, mendorong keseimbangan peran gender mengharuskan laki-laki untuk berpartisipasi aktif dalam pekerjaan rumah tangga dan sangat mendukung perempuan dalam mencapai tujuan mereka.

Pengembangan komunikasi positif merupakan landasan lainnya, termasuk upaya menghilangkan norma-norma dan nilai-nilai yang membatasi ekspresi diri dan mendorong pengembangan keterampilan komunikasi yang mendukung hubungan yang sehat. Menekankan kesehatan mental sebagai aspek penting, memerangi stigma dan mendidik dapat membantu memahami dan mengelola ekspresi seseorang.

### **Perilaku Soft Masculinity**

Di Indonesia, gaya metroseksual sudah diperkenalkan oleh media pada tahun 90-an. Masyarakat Jabodetabek tergolong kedalam metroseksual, untuk kebutuhan aktivitas bisnis mereka, berpenampilan menarik dan menjaga tubuh mereka, tidak hanya sebatas parfum dan deodoran saja. Laki-laki metroseksual, turut menggunakan *skincare*, *haircare*, dan lainnya untuk menunjang aktivitas sehari-hari mereka.

Metroseksual menjadi hal yang mudah diterima oleh masyarakat perkotaan karena tututan bisnis yang mengharuskan laki-laki berpenampilan menarik. Mayoritas masyarakat awam tidak setuju dengan laki-laki metroseksual ini, karena fenomena tersebut tidak sesuai dengan norma agama yang berlaku dan ada pandangan bahwa laki-laki tidak boleh menyerupai seorang perempuan.

Laki-laki metroseksual ini juga selalu memperhatikan keindahan rambut mereka, gaya rambut adalah salah satu aspek yang sangat penting bagi kaum metroseksual, gaya rambut dapat membuat penampilan pria metroseksual lebih menarik (Floker, 2003). Gaya rambut tidak hanya menjadi berpengaruh pada penampilan, tetapi gaya rambut yang bagus dan rapih membuat kaum metroseksual lebih percaya diri untuk tampil di depan umum. Kaum metroseksual selalu memperhatikan rambut mereka pada setiap saat, penggunaan pomade pun dilakukan oleh para kaum metroseksual, untuk mendukung penampilan mereka. Menurut kaum metroseksual, pomade bisa membantu menjaga rambut agar selalu rapih dan tidak mudah rusak. Budaya metroseksual ini membuat masyarakat kaum metroseksual ini menjadi masyarakat yang hedonisme, nilai yang harus dibayar untuk sebuah barang menjadikan metroseksual ini mendapatkan perhatian di masyarakat karena penampilan mereka yang rapih dan menarik.

Pribadi yang ramah dan pandai bergaul menjadikan kaum metroseksual ini dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Peran yang di perlihatkan oleh kaum metroseksual ini pribadi yang menyenangkan dan mudah bergaul, sifat ramah dan sopan juga menjadi hal yang paling penting bagi kaum metroseksual. Metroseksual sebagai laki-laki yang termasuk kedalam *soft masculinity* tentu lebih memiliki perasaan yang lebih lembut dibandingkan dengan laki-laki yang mempertahankan sifat maskulinitasnya secara penuh, dengan memiliki perasaan yang lembut membuat kaum metroseksual ini dapat lebih perasa dengan lingkungan sekitar mereka, dan selalu berwawasan luas untuk mendukung penampilan mereka.

Metroseksual selalu berdampingan dengan hidup yang selalu rapih dan bersih. Tidak sedikit juga kaum metroseksual yang tidak tahan apabila melihat barang disekitarnya yang berantakan. Sifat perfeksionis juga menjadi bagian dari para kaum metroseksual, selalu dituntut untuk terlihat



rapih membuat para kaum metroseksual yang cenderung peka terhadap lingkungan tempat tinggal mereka.

### **Analisis Teori**

Metroseksualitas, dalam kerangka teori masyarakat konsumsi, menawarkan landasan pemahaman yang kaya akan dinamika kompleks antara individu, produk, dan norma-norma sosial. Dalam masyarakat konsumsi modern, identitas individu semakin terkait erat dengan apa yang mereka konsumsi, dan pria metroseksual merupakan contoh menonjol dari integrasi identitas dengan produk dan gaya hidup yang dikonsumsinya.

Masyarakat metroseksual ini jug menjadi masyarakat yang mendominasi dari pengaruh masyarakat konsumerisme, yang dimana bahwa pria metroseksual tidak sekadar konsumen pasif, mereka berfungsi sebagai agen perubahan dalam industri kecantikan dan mode pria. Partisipasi aktif mereka dalam pembentukan tren dan pengaruh pada pasar menciptakan siklus konsumsi yang dinamis. Dengan kata lain, masyarakat konsumsi tidak hanya merespons kebutuhan individu, tetapi juga membentuk harapan dan norma-norma baru terkait maskulinitas.

Ketertarikan pria terhadap produk perawatan kulit, fashion, dan gaya hidup sehat juga dapat dianalisis sebagai respons terhadap tekanan konsumen yang mendorong peningkatan kesadaran terhadap penampilan pribadi. Dalam menciptakan citra diri yang diinginkan, pria metroseksual merespon tuntutan budaya yang mewajibkan penampilan fisik yang diperhatikan dan dijaga. Dengan demikian, konsep metroseksualitas tidak hanya mencerminkan tren, tetapi juga respons terhadap norma-norma yang ditetapkan oleh masyarakat konsumsi.

Pergeseran dalam persepsi maskulinitas juga dapat diartikan sebagai refleksi perubahan dalam norma-norma gender yang lebih luas. Dalam masyarakat konsumsi yang terus berubah, identitas gender semakin didefinisikan ulang, dan pria metroseksual mencerminkan adaptasi terhadap pergeseran ini. Mereka mengeksplorasi dimensi baru dari maskulinitas yang melibatkan perawatan diri dan penampilan, mengubah konsep tradisional tentang kejantanan.

Dengan merinci interaksi kompleks antara pria metroseksual, produk perawatan pria, dan dinamika masyarakat konsumsi, kita mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang bagaimana konsep ini melebur dengan pola konsumsi sehari-hari. Sudut pandang masyarakat yang semakin luas menjadikan bahwa metroseksualitas tidak hanya fenomena individual, melainkan juga fenomena sosial yang tercermin dalam konstruksi dan perubahan yang sangat signifikan terhadap identitas pria dalam masyarakat yang semakin dipengaruhi oleh budaya konsumsi.

Identitas *gender* metroseksual yang semakin terlihat pada masyarakat perkotaan, terutama laki-laki menjadikan metroseksual bukan lagi menjadi hal yang tabu dan bias di tengah-tengah masyarakat, selain menjaga penampilan dan tubuh mereka, para laki-laki metroseksual juga sangat fokus terhadap gaya hidup mereka terutama dalam wawasan, wawasan yang luas menjadikan laki-laki metroseksual tidak sulit untuk diterima oleh masyarakat sekitar, para laki-laki metroseksual selalu mencoba beradaptasi dengan lingkungan mereka. Metroseksual juga sudah menjadi budaya yang terikat pada masyarakat konsumerisme, tuntutan pekerjaan yang menuntut para karyawan atau pekerja yang diharuskan berpakaian rapih membuat masyarakat sedikit demi sedikit harus memperhatikan penampilan mereka

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa akulturasi budaya yang dimana melahirkan pemahaman baru mengenai maskulinitas mengubah cara pandang terhadap satu gender atau

kepribadian individual, *soft masculinity* menjadi akibat dari akulturasi budaya ditengah masyarakat tanpa merusak tatanan sosial di masyarakat. Masyarakat yang semakin modern pun kini mengalami perubahan menjadi masyarakat konsumerisme yang dimana masyarakat terutama kaum metroseksual dapat dengan mudah membeli barang dengan harga yang sangat mahal dan merawat dirinya dengan harga yang tidak murah, perubahan sosial mengubah cara pandang seseorang terhadap kebudayaan yang ada di masyarakat.

## Referensi

- Ayuningtyas, P. (2017). *Indonesia Fan Girls Perception Towards Soft Masculinity As Represented By K-pop Male Idols*. *Lingua Cultura*, 11(1). 53-57.
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (2017). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theories and Methods*. (6th ed.). Pearson
- Fauzi, E., P. (2021). *Konstruksi Sosial Soft Masculinity dalam Budaya Pop Korea*. *Universitas Mercu Buana* 19(1). 127-144
- Kartajaya, Hermawan dkk. 2004. *Metroseksual in Venus*. Jakarta: MarkPlus&Co.
- Kennedy, Emily Huddart dan Naomi Krogman. 2008. *Towards a Sociology of Consumerism*. *Int. J. Sustainable Society* 1(2): 172- 189.
- Lexy, J. M. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakary
- Prayudhi, R., Triyanto. (2021). *Pemilihan Diksi Pada Penamaan Tempat Kuliner Sebagai Penarik Minat Masyarakat Urban*. STKIP Muhammadiyah Bogor
- Saebani, B. A. (2016). *Perspektif Perubahan Sosial*. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Selo Soemardjan, dan Soemardji Soleman. (1974). *Setangkai Bunga Sosiologi*. Jakarta: Yayasan Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UI
- Setia, B., Nirzalin., Alwi. (2019). *Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard*. Universitas Malikussaleh Aceh