

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**REPRESENTASI GAYA HIDUP PRIA METROSEKSUAL  
DALAM AKUN INSTAGRAM @*bramastavrl***

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau



**TANIA LAORA MADANI**

**NPM : 179110129**

**PROGRAM STUDI : HUMAS**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**PEKANBARU**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tania Laora Madani  
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru / 16 September 1999  
NPM : 179110129  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
FAKULTAS : Ilmu Komunikasi  
Alamat/No Tlp : Jl. H.M.Nur Perum Grs Blok K no 6 / 081372049605  
Judul Penelitian : Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual Dalam Akun Instagram @bramastavr1.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (Skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas, maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai Skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru , 14 Juli 2021  
Yang menyatakan,



Tania Laora Madani

## PERSEMBAHAN

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Syukur Alhamdulillah terimakasih kepada Allah SWT yang juga memberikan kemudahan dalam setiap langkah sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua yang saya sayangi ayahanda Masykur dan ibunda tercinta Darningsih. Terimakasih saya ucapkan karena sudah membesarkan saya, memberikan saya kasih sayang dan juga memberikan dukungan serta doa yang terbaik untuk saya. Skripsi ini juga saya persembahkan untuk saudara kandung saya dan seluruh keluarga yang turut membantu saya dalam memberikan semangat dan motivasi untuk terus menempuh pendidikan yang setinggi tingginya, semoga kita semua menjadi keluarga yang beradab dan berilmu.

Tidak lupa juga saya ucapkan terimakasih untuk teman-teman dan seluruh hamba allah yang sudah banyak membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini atas dukungan baik secara moril ataupun materil yang telah diberikan kepada saya, saya akan selalu mengenang jasa-jasa yang telah diberikan kepada saya, semoga apa yang telah diberikan menjadi amal *jariyah* dan akan mendapatkan balasan baik yang berlipat ganda dari Allah SWT.

## MOTTO

"Menuntut ilmu itu wajib atas setiap Muslim"

(HR. Ibnu Majah no.224)

“Pendidikan Memiliki Akar yang Pahit, tapi Buahnya Manis.”

(Aristoteles)

“Jika Allah membuatmu menunggu, percayalah dan bersiaplah untuk menerima lebih dari apa yang kamu minta.”

(Tania Laora Madani)

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi penelitian yang berjudul “Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual Dalam Akun Instagram @bramastavr1” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah untuk mempelajari cara pembuatan skripsi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau dan untuk memperoleh gelar sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga Skripsi penelitian ini dapat selesai. Ucapan terimakasih ini penulis tujukan kepada:

1. Muhd.AR Imam Riau, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau.
2. Cutra Aslinda M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Komunika, Universitas Islam Riau.
3. Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau.

4. Benny Handayani, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau. Terimakasih telah memberi masukan dan saran mulai dari pemilihan judul hingga skripsi ini selesai.
5. Dr. Fatmawati, S.IP., MM selaku dosen pembimbing. Terimakasih banyak atas bimbingan yang telah ibu berikan dan telah berkenaan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Dyah Pithaloka, M.Si selaku dosen penguji. Terimakasih banyak atas bimbingan, kritik dan saran ibu dalam perbaikan dan mengkoreksi skripsi ini.
7. Yudi Daherman M.I.Kom selaku dosen penguji. Terimakasih banyak atas bimbingan, kritik dan saran bapak dalam perbaikan dan mengkoreksi skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau yang telah memberikan banyak sekali ilmu selama perkuliahan.
9. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau.
10. Yang teristimewa kepada kedua orang tua Masykur dan Darningsih tersayang yang selalu memberikan doa dan pengorbanan yang besar dalam hidup penulis dan penulis persembahkan skripsi ini sebagai hadiah untuk Mama dan Papa yang penulis selalu cintai dan sayangi.
11. Kepada kakak kandung penulis TyiaraTipa Madani dan Tisty Rosa Madani yang tersayang. Terimakasih atas semua kasih sayang, dorongan semangat dan doa yang senantiasa diberikan kepada penulis sehingga bisa sampai menyelesaikan studi diperguruan tinggi.

12. Terimakasih kepada Mhd Sulthan Alfarisy dan teman-teman Fullteam yang sudah mendukung, membantu kelancaran penelitian ini dan mengerti situasi dan kondisi penulis. Serta teman kampus penulis sejak maba yaitu Collage Team. Dan yang terbaik Kiki Anasya terimakasih atas kebaikan dan ketulusannya.
13. Seluruh temen-temen-angkatan 2017, terimakasih atas dukungan moral dari kalian semua.
14. Terimakasih untuk seluruh *coffeshop* yang ada di Pekanbaru yang penulis kunjungi selama penulisan skripsi ini.
15. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Semoga ketulusan dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis menjadi suatu yang berkah untuk kita semua. Penulis berharap bahwa hasil penelitian yang telah disusun ini dapat memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan dan berguna bagi pembaca. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan pahala yang berlimpah bagi kita semua.

Pekanbaru, 14 Juli 2021

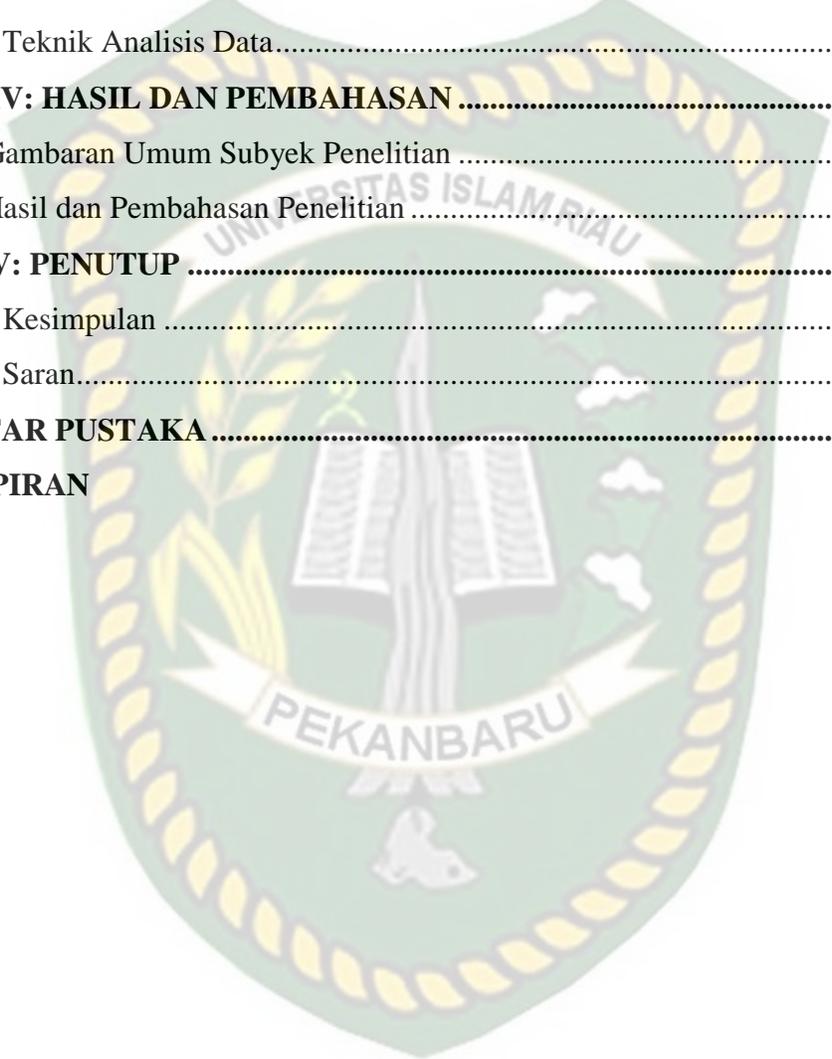
Penulis,

Tania Laora Madani

## DAFTAR ISI

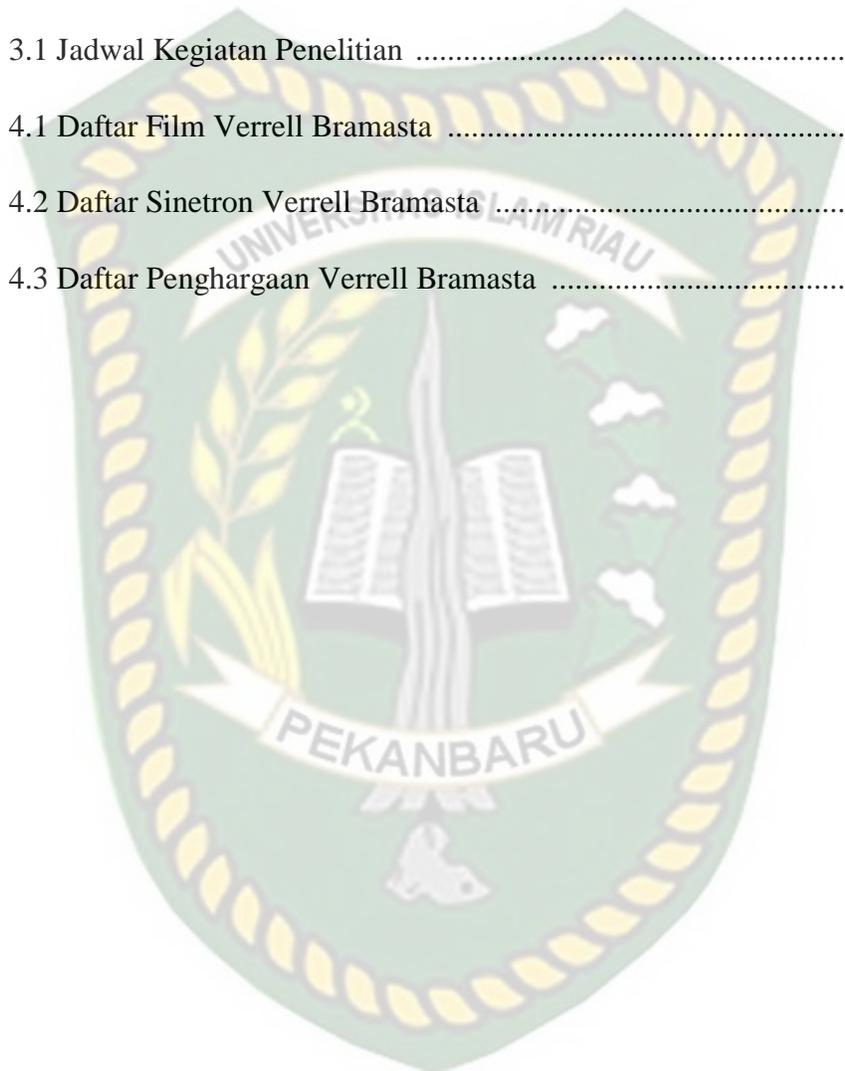
Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Komprehensif Skripsi	
Lembar Pengesahan	
Lembar Pernyataan	
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>x</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Fokus Penelitian.....	9
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
A. Kajian Literatur .....	12
B. Definisi Operasional.....	29
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	30
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	32
B. Subjek Dan Objek Penelitian .....	33

C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
D. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	38
<b>BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	40
B. Hasil dan Pembahasan Penelitian .....	55
<b>BAB V: PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian .....	34
Tabel 4.1 Daftar Film Verrell Bramasta .....	46
Tabel 4.2 Daftar Sinetron Verrell Bramasta .....	47
Tabel 4.3 Daftar Penghargaan Verrell Bramasta .....	50



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram @bramastavr1 .....	6
Gambar 1.2 Foto @bramastavr1 Menggunakan <i>Skincare</i> Wajah .....	7
Gambar 2.1 Peta Roland Barthes .....	16
Gambar 2.2 <i>Platform</i> media sosial yang paling aktif Jan 2020 .....	27
Gambar 4.1 Foto Keanu <i>Influencer Shopping</i> .....	41
Gambar 4.2 Foto Reza Rahardian Dengan <i>Fashion Update</i> .....	43
Gambar 4.3 Foto Atta dan Aurel Menggunakan Jet Pribadi .....	45
Gambar 4.4 Foto Sampul Sinetron Verrell .....	49
Gambar 4.5 Profil Instagram Verrell Bramasta .....	53
Gambar 4.6 Foto <i>Instastory</i> Verrell sedang ngegym .....	56
Gambar 4.7 Foto <i>Instastory</i> Verrell dari Salon .....	58
Gambar 4.8 Foto <i>Instastory</i> Verrell dengan koleksi mobil mewah .....	60
Gambar 4.9 Foto Verrell Liburan ke Bali bersama temannya .....	62
Gambar 4.10 Foto Verrell dengan <i>Fashion Update</i> .....	64
Gambar 4.11 Foto Verrel dengan produk perawatan .....	66
Gambar 4.12 Foto <i>Feed</i> Verrell bersama teman wanita nya .....	68

## Abstrak

### Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual dalam Akun Instagram @bramastavrl

Tania Laora Madani  
( 179110129 )

Penelitian ini membahas representasi gaya hidup pria metroseksual dalam akun instagram @bramastavrl. Representasi merupakan tindakan menghadirkan atau mempresentasikan sesuatu lewat sesuatu yang lain diluar dari dirinya melalui tanda-tanda. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mempresentasikan, memberikan analisa serta bagaimana representasi gaya hidup pria metroseksual dalam akun instagram @bramastavrl. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang fokus pada perwujudan sebuah makna dari gejala sosial di dalam masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna yang terdapat dalam akun instagram @bramastavrl dengan mengartikan aspek denotasi, konotasi dan mitos dari tanda yang ada. Pada penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, yaitu teori pemaknaan tanda secara dua tahap. Dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan dokumentasi dari hasil post akun sosial media instagram. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa representasi gaya hidup pria metroseksual memang terjadi pada kehidupan sehari-hari Verrell Bramasta, terdapat makna denotasi dan konotasi yang menggambarkan jelas gaya hidup pria metroseksual dan mitos yang sesuai dengan realitas yang benar adanya. Gaya hidup tersebut di tampilkan dalam aktivitas rutin olahraga, senang berbelanja, gaya hidup urban dan hedonis serta mengikuti perkembangan fashion dan juga peduli terhadap perawatan tubuh.

**Kata Kunci:** Representasi , Gaya hidup, Metroseksual, Semiotika , Instagram.

## Abstract

### ***Representation of Metrosexual Men's Lifestyle in Instagram Account @bramastavrl***

Tania Laora Madani  
( 179110129 )

*This research was conducted to the representation of a metrosexual male lifestyle in the @bramastavrl Instagram account. Representation is the act of presenting or presenting something through something other than it self through signs. This research aims to present, provide analysis and how to represent the lifestyle of metrosexual men in the @bramastavrl Instagram account. This research approach is a qualitative approach that focuses on the realization of a meaning from social phenomena in society. The purpose of this study is to find out the meaning contained in the @bramastavrl instagram account by interpreting the denotation, connotation and myth aspects of the existing signs. This research uses Roland Barthes semiotic analysis, namely the theory of sign meaning in two stages. With data collection techniques, namely observation and documentation of the results of posting Instagram social media accounts. The data validity technique used triangulation technique. The results of the study indicate that the representation of a metrosexual man's lifestyle does occur in Verrell Bramasta's daily life, there are denotative and connotative meanings that clearly describe the metrosexual man's lifestyle and myths that are in accordance with the true reality. These lifestyles are displayed in routine sports activities, shopping , urban and hedonic lifestyles as well as following fashion developments and also caring about body care.*

***Keywords:*** Representation , Lifestyle , Metrosexual , Semiotics , Instagram.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman akan mempengaruhi perilaku manusia sehingga menghadirkan sebuah gaya hidup. Gaya hidup tersebut menjadi sesuatu yang bergerak sehingga mengalami perkembangan dan dapat berubah seiring perkembangan zaman. 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: 26 ).

Secara sederhana Kotler (2006: 124) mendefinisikan gaya hidup sebagai tindakan seseorang dalam menghabiskan uang dan waktunya. Sementara dalam kajian kritis Channey (2009: 40) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut modernitas. Maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Dalam interaksi sehari-hari, kita dapat menerapkan ide-ide tentang gaya hidup tanpa harus menjelaskan apa yang kita maksud. Orang yang hidup dalam masyarakat modern tidak dapat memahami cara hidup.

Tuntutan gaya hidup pria dan wanita menghadapi kenaikan. Bukan suatu yang aneh apabila wanita yang pada dasarnya suka berdandan tidak lagi jadi suatu hal yang menarik untuk dibahas serta diperbincangkan. Tetapi bila hal ini terjadi pada pria, maka akan membuat suatu pembicaraan yang menarik serta menjadi sebuah tanda tanya besar.

Orang-orang modern dibujuk untuk peduli dengan kesempurnaan setiap inci tubuh mereka. Laki-laki dituntut untuk melatih kedisiplinan diri dalam perawatan tubuh seperti halnya perempuan. Demi *fashion* dan citra diri, pria modern dengan sukarela merawat tubuhnya seperti wanita, seperti menggunakan parfum, perawatan wajah, pembersih wajah, pelembab, perawatan spa, bahkan perawatan kuku. Tanda ini menandai semakin berkembangnya gaya hidup pria, yaitu mereka yang menganggap perawatan tubuh dan kecantikan sebagai bagian dari eksistensinya. Cara hidup ini disebut manusia urban.

Pria metroseksual lebih dari hanya kenyataan melainkan pula suatu fenomena yang makin menggejala di nyaris seluruh kota besar. Kecendrungan perawatan tubuh sudah beralih menjadi milik pria saat ini. Pria metroseksual disebut sebagai pria yang hidup di kota besar, memiliki penghasilan sendiri, peduli terhadap penampilan ataupun kesehatan dirinya serta menggunakan pakaian yang sesuai dengan tren yang sedang berkembang.

Definisi pria metropolitan pertama kali dikemukakan oleh Mark Simpson dalam majalah "Salon" pada Juli 2002. Pria metropolitan mengacu pada orang berpakaian rapi yang meniru penampilan pria di media massa. Pria metroseksual bukanlah pria yang hanya berdandan, melainkan pria kaya yang memiliki gaya hidup metropolitan dan menyediakan segala hal terbaik, seperti klub, spa, salon, butik, barber shop, restoran, dan toko (Handoko, 2004:26).

Metroseksual merupakan kriteria dari pria perkotaan yang mempunyai orientasi seksual tertentu dengan rasa estetika yang tinggi, dan menghabiskan pendapatan serta waktu dalam jumlah yang banyak demi penampilan dan gaya hidupnya. Hermawan Kartajaya seorang ahli pemasaran Indonesia mendefinisikan pria perkotaan sebagai pria yang benar-benar tak terduga. Pria juga lebih emosional, memahami, dan mengekspresikan emosi dan perasaannya (Mulyana, 2015:41).

Menurut Beynon dalam (Dermatoto, 2010:8) Pergeseran dan perubahan anggapan masyarakat mengenai konsep maskulinitas pada saat ini menampilkan bahwa seorang pria juga harus mampu merawat diri dan memperhatikan penampilan yang pada saat ini banyak direpresentasikan dengan berbagai berita berupa tips perawatan fisik agar memiliki penampilan yang menarik. Fenomena ini di konstruksi dalam wacana media dalam balutan sosok pria metroseksual. Pria metroseksual yang mengganggu *fashion* adalah pria yang maskulin, peduli dengan gaya hidup yang teratur, menyukai detail, dan sering perfeksionis. Selain itu, citra laki-laki urban dalam wacana

media direpresentasikan dengan citra laki-laki yang bisa berdandan, menghargai tubuhnya, berpenampilan tak terduga, dan berpenampilan penuh gaya.

Penyebaran konsep metroseksual dalam masyarakat sosial tidak terlepas dari media. Media mempunyai peranan penuh dalam penyebaran data serta mengkomunikasikannya pada masyarakat. Salah satu peranan media dalam merepresentasikan pria metroseksual merupakan sosial media Instagram.

Gaya hidup metroseksual ini berkembang serta tumbuh tidak lepas dari kerjasamanya dengan media sosial instagram untuk menciptakan kebutuhan baru pada kaum pria. Dalam postingannya wujud metroseksual di datangkan untuk menunjukkan produk dari gaya hidup konsumerisme serta citra tidak hanya itu tetapi juga narsisme dan kapitalisme. Jelasnya media instagram tidak lagi menjual fungsionalitas produk tetapi juga sudah berhubungan dengan tampilan permukaan serta gaya sehingga saat ini bukti diri metroseksual menjadi tidak cuma hanya trend namun telah jadi suatu bukti diri sosial yang baru.

Di riuhnya dinamika pria metroseksual tersebut, ada hal yang menarik, yakni semakin banyaknya pria metroseksual yang aktif di media sosial instagram. Keberagamannya ini sama halnya dengan instagram wanita. Ditinjau dari isi, akun instagram pria tersebut saat ini tidak ada bedanya

dengan akun instagram wanita. Banyak bentuk informasi, berupa dalam bentuk postingan, *story*, iklan yang cenderung menginformasikan tentang perawatan tubuh, mulai dari merawat muka sampai cara berpakaian yang *trendy*.

Hal ini menegaskan bahwa konsep kecantikan tidak lagi hanya menjadi bagian dari gaya hidup wanita, tetapi juga ada pada pria. Konsep laki-laki dan perempuan tidak lagi terbatas pada ranah fisik, tetapi bercirikan gaya hidup. Fakta ini menunjukkan perubahan konstan dalam selera dan gaya hidup. Pergeseran ini tidak terlepas dari peran Instagram sebagai media. Dinamika media Instagram yang didukung oleh teknologi informasi berperan penting dalam membentuk budaya citra dan budaya rasa.

Representasi berkaitan dengan penggunaan simbol. Representasi didefinisikan sebagai proses merekam ide, pengetahuan, atau informasi secara fisik. Lebih tepatnya, representasi diartikan sebagai penggunaan simbol (gambar, suara, dll) untuk mempresentasikan kembali apa yang diserap, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik. Representasi adalah tindakan menghadirkan atau menghadirkan sesuatu melalui hal-hal yang lain diluar dari dirinya. Representasi yang juga bermakna tafsiran, penjelasan, kesan, atau pandangan teoretis terhadap suatu objek yang dihasilkan dari pemikiran mendalam dan sangat dipengaruhi oleh latar belakang orang yang melakukan representasi.

Maka dari latar belakang tersebut pada penelitian ini peneliti memilih akun instagram artis Verrell Bramasta Fadilla Soedjoko, dikenal sebagai Verrell Bramasta lahir di Jakarta, pada tanggal 11 September 1996, umur 24 tahun adalah seorang aktor, penyanyi, DJ, model, youtuber dan bintang iklan. Dari gaya hidupnya di media sosial instagram peneliti melihat ciri ciri pria metroseksual terlihat jelas dalam kehidupan Verrel Bramasta.

Gambar 1.1 Profil Instagram @bramastavr1



Sumber : Instagram @bramastavr1

Gambar diatas merupakan profil dari akun instagram dengan nama asli Verrell Bramasta Fadilla dan *username* nya @bramastavr1 . Hingga saat ini akun instagramnya berisi 1,152 *posts* ,21,4 M *Followers* dan 380 *Following*.

Pada postingan akun instagramnya ini Verrell mencitrakan gaya hidupnya sesuai dengan kriteria pria metroseksual.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanda semiotika mengenai pria metroseksual yang dipaparkan dalam akun instagram @bramastavrl dan untuk menganalisis tanda-tanda yang berkaitan dengan nilai pria metroseksual yang merupakan bagian dari Semiotika Roland Barthes.

**Gambar 1.2 Foto @bramastavrl Menggunakan Skincare Wajah**



Sumber : instagram @bramastavrl

Gambar diatas menampilkan salah satu bentuk wujud pria metroseksual dalam gaya hidup pemilik akun instagram @bramastavrl , yang mana pada foto tersebut Verrell menunjukkan bahwa dia memakai perawatan

wajah untuk menghasilkan wajah yang *glowing* dan juga tampak jelas postur badan Verrell yang sudah terbentuk dari hasil *fitness*.

Dalam kacamata teori semiotika, berbagai bentuk masalah komunikasi yang sering kali terjadi yaitu akibat adanya kesalahpahaman atau perbedaan dalam memberikan makna yang dipengaruhi oleh sifat tanda-tanda semiotika dan cara menggunakan tanda-tanda ini. Sebagai sebuah teori komunikasi, teori semiotika dapat digunakan untuk menganalisis secara virtual berbagai hal yang jadi bagian dari bidang komunikasi yang merangkap interaksi, media, organisasi, konteks kesehatan, budaya populer atau budaya pop, dan lain-lain.

Sebagai metode penelitian kualitatif, semiologi dapat diaplikasikan kedalam berbagai konteks komunikasi oleh para peneliti, seperti misalnya kajian media Roland Barthes yaitu salah satu ahli semiotika yang menunjukkan sebuah doktrin semiotika baru yang memungkinkan para peneliti untuk menganalisa sistem tanda guna membuktikan bagaimana komunikasi nonverbal terbuka terhadap interpretasi melalui makna tambahan atau *connotative* (Bouzida, 2014:17).

Gaya hidup pria metroseksual yang disajikan dalam media sosial Instagram @bramastavrl dalam kehidupan sehari-harinya membuat peneliti tertarik untuk mengkaji representasi pria metroseksual dalam akun instagram tersebut. Dalam hal mengkaji simbol atau tanda yang ada, maka dibutuhkan metode yang berkaitan dengan pemaknaan simbol atau tanda. Karenanya

dalam penelitian ini permasalahan akan dikaji dengan metode analisis semiotika milik Roland Barthes dan mengambil judul “ **Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual Dalam Akun Instagram @bramastavr1** “ .

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis berusaha memberikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Faktor penyebab terjadinya pria metroseksual.
2. Media sosial instagram menjadi cerminan jati diri pria metroseksual.
3. Gaya hidup pria metroseksual.

### **C. Fokus Penelitian**

Mengingat banyaknya identifikasi masalah yang telah dipaparkan maka penulis hanya memfokuskan penelitian “ **Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual dalam Akun Instagram @bramastavr1** “

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang dapat dirumuskan dari pemaparan latar belakang di atas dapat ditarik rumusan masalahnya seperti berikut:

**Bagaimana representasi pria metroseksual dalam akun Instagram @bramastavrl?**

#### **E. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang ditetapkan , maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Representasi Pria Metroseksual Dalam Akun Instagram @bramastavrl .

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat sejalan dengan penelitian yang telah dipaparkan. Adapun manfaat penelitian ini, yaitu:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan acuan dan referensi yang bermanfaat dalam pengembangan penelitian Ilmu Komunikasi, khususnya bagi pengembangan penelitian yang berkaitan dengan representasi dan mampu memberikan gambaran dalam menganalisa dan membaca makna yang terkandung dalam akun Instagram melalui kacamata semiotika.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan deskripsi dalam membaca makna yang terkandung dalam sebuah akun Instagram melalui semiotika. Dan memberikan pengetahuan mengenai simbol-simbol dan tanda-tanda dalam sebuah pesan di media sosial Instagram.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Representasi

Menurut Fiske (2004:282), representasi merupakan sesuatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dengan komunikasi, via kata-kata, bunyi, citra, atau kombinasinya. Secara ringkas, representasi adalah sebuah produksi makna melalui bahasa. Lewat bahasa (simbol-simbol dan tanda tertulis, lisan, atau gambar) tersebut, seseorang dapat mengungkapkan pikiran, konsep, dan ide-ide tentang sesuatu. Representasi adalah produksi makna melalui Bahasa. Konsep yang digunakan dalam proses social pemaknaan melalui system penandaan yang tersedia seperti dialog, tulisan, video, film, fotografi, dan sebagainya secara ringkas”.

Menurut Stuart hall dalam buku *Representation's Meaning* mengatakan bahwa: ”Representasi adalah tindakan menghadirkan atau menghadirkan sesuatu melalui hal-hal selain dirinya, termasuk orang, peristiwa, atau benda, biasanya dalam bentuk tanda atau simbol. Pertunjukan ini belum tentu benar, tetapi dapat juga menunjukkan fantasi, fantasi, dan dunia ide abstrak”.

Ketika mempelajari berbagai bahasa dan makna atau sistem teks timbal balik, representasi bergantung pada simbol dan gambar yang ada dan dipahami

secara budaya. Inilah fungsi “mewakili” pemahaman dan pemahaman kita tentang realitas melalui simbol-simbol. Representasi merupakan wujud konkrit (penanda) dari konsep-konsep abstrak.

Konsep representasi menempati ruang baru dalam kajian komunikasi yang dipengaruhi oleh strukturalisme dan kajian budaya. Representasi adalah hubungan antara konsep dan bahasa, yang mengacu pada dunia nyata dari objek, realitas atau dunia imajiner dari objek atau peristiwa pemikiran manusia.

Representasi memproduksi makna bila diartikan secara jelas. Representasi bekerja melalui sistem yang terdiri dari dua komponen yakni konsep pikiran dan bahasa. Keduanya saling terhubung, konsep dari suatu hal yang diketahui dalam pikiran sehingga bisa mengetahui makna akan hal tersebut, namun tanpa adanya bahasa tidak akan bisa mengkomunikasikannya. Adapun representasi diperlukan sebagai suatu makna untuk diproduksi dan dipertukarkan antar anggota masyarakat.

Penelitian ini menggambarkan bagaimana proses representasi ini bekerja dalam Instagram. Dengan membedahnya melalui semiotika Roland Barthes. Barthes yang menempatkan representasi sebagai suatu macam hubungan elemen-elemen makna, jadi representasi menurut kacamata yang mengacu kepada bagaimana sesuatu itu ditandakan dan membentuk interpretant sebagaimana makna itu berantai menjadi suatu bentuk rantai semiotik tersendiri.

Dalam akun Instagram ini memrepresentasikan gaya hidup dengan memiliki tanda atau makna yaitu berupa aktivitas dari *feeds & instastory*. Verrell mencoba menampilkan kembali penggambaran tentang identitas pria metroseksual dengan menentukan tanda-tanda atau makna yang berbentuk fisik agar tersampaikan makna yang ada dalam akun Instagram tersebut. Dalam merepresentasikannya peneliti menggunakan metode semiotika Roland Barthes.

## 2. Semiotika

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda (*sign*), berfungsinya tanda, serta produksi makna. Semiotika merupakan sesuatu ilmu ataupun metode analisis untuk mengkaji tanda. Semiotika memandang komunikasi bagaikan proses pemberian makna lewat tanda ialah bagaimana tanda mewakili obyek, ide, suasana, serta sebagainya yang terletak di luar dari seseorang. Semiotika digunakan dalam topik-topik tentang pesan, media, budaya serta masyarakat (Sobur, 2006:70).

Menurut Eco, 1979 dalam bukunya yang dilansir oleh Alex Sobur, sebutan semiotika secara epistemologis berasal dari kata Yunani "*Semeion*" yang artinya Tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu yang atas dasar kesepakatan sosial yang terbangun sebelumnya, bisa mewakili suatu yang lain. Secara terminologis, semiotika bisa didefinisikan sebagai ilmu yang menekuni sederatan luas objek-objek, kejadian serta segala kebudayaan sebagai tanda. (Sobur,2004:95)

Dari perspektif semiotika, kita wajib mempunyai penafsiran sama, tidak saja terhadap tiap kata serta tata bahasa yang digunakan, namun pula masyarakat serta kebudayaan yang melatarbelakanginya, supaya komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Sistem ikatan diantara tanda wajib membolehkan komunikator buat mengacu pada suatu yang sama. Kita wajib mempunyai kesatuan rasa (*sense of coherence*) terhadap pesan. Bila tidak, hingga tidak hendak terdapat penafsiran komunikasi. Kita pula wajib membenarkan kalau jika kita memakai ketentuan tata bahasa, hingga mereka yang menerima pesan kita juga wajib mempunyai uraian yang sama terhadap tata bahasa yang kita gunakan (Morissan, 2009: 30).

Analisis Semiotika model Roland Barthes berfokus pada gagasan tentang signifikansi 2 tahap ( *two order of signification* ), yang mana signifikansi awal ialah ikatan antar penanda (*signifer*) serta petanda (*signified*) didalam suatu tanda terhadap kenyataan eksternal. Barthes menyebutnya denotasi, ialah makna sangat nyata dari tanda. Sebaliknya konotasi merupakan sebutan yang digunakan buat menampilkan signifikasi sesi kedua.

Semiotika menurut Roland Barthes berfokus pada gagasan tentang signifikansi dua tahap (*two order of signification*) seperti terlihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 2.1 Peta Roland Barthes



Sumber : [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com) , diunduh 20 desember 2020

Berdasarkan gambar diatas Barthes menjelaskan :

Konsep Barthes dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memahami bagaimana gambar dan kalimat digunakan sebagai analisis sistem simbol tingkat pertama untuk merepresentasikan gaya hidup urban aktor terkenal Verrel Bramasta. Dalam pemetaan Barthes, ada dua tingkat makna yang menentukan bagaimana tingkat bahasa pertama mempengaruhi mitologi tingkat kedua.

Unsur penandaan Roland Barthes terdiri dari penanda dan petanda. Berangkat dari kedua unsur tersebut, pertama-tama kita harus menjelaskan makna sebenarnya (perluasan) dari simbol, baru kemudian dilanjutkan ke makna konotatif. Kemudian sebuah mitos terbentuk.

Penelitian ini menganalisis gambar pada media Instagram, sehingga bentuk foto yang ditampilkan menjadi penting dalam analisis. Terjemahkan

dulu judul foto ke dalam proposisi gambar, lihat maksud rangkaian fotonya. Unsur yang dianalisis terdiri dari unsur gambar dan verbal. Visual yakni berupa gambar yang ditampilkan serta verbal merupakan kalimat yang ditampilkan dalam foto tersebut. Kemudian pada foto tersebut dibagi dalam beberapa tipografi verbal dan visual.

Kemudian penulis memasukkannya ke dalam analisis ekstensi dan konotasi. Barthes menjelaskan makna denotasi dan konotasi dalam dua tahap penandaan. Makna ekstensi adalah makna yang dapat langsung kita lihat ketika kita mengamati suatu simbol. Makna konotasi merupakan makna yang tersirat jika dikaitkan dengan penelitian.

Dalam proses pemaknaan ini, peneliti terlebih dahulu menentukan penanda dan petanda untuk menemukan makna yang diperluas. Makna ekstensi ini terdapat pada penandaan tahap pertama. Kemudian, makna yang diperluas yang telah dihasilkan menjadi tanda konotasi. Serupa dengan pembentukan makna ekstensional, penanda intensional juga menghasilkan petanda, yaitu penanda intensional. Penanda dan penanda konotatif ini menghasilkan makna yang diperluas. Makna konotatif merupakan makna kedua dalam sistem penandaan dua tahap Barthes.

Pada pemaknaan tahap kedua, tanda berfungsi melalui mitologi sebagai produk kelas sosial yang sudah memiliki makna. Dua sistem mitis dapat menjadi *sign vehicle* bagi ideologi. Untuk itu peneliti juga meneliti makna

konotatif yang beroperasi pada tahap kedua pada sistem dua tahap penandaan Barthes.

Pemaknaan tahap awal adalah antara *signifier* dan *signified* didalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Dalam hal ini Barthes menyebutnya denotasi, ialah makna yang sangat nyata dari tanda. Konotasi yaitu istilah yang digunakan Barthes buat menunjukkan signifikansi tahap kedua. Konotasi memiliki makna yang subyektif dan intersubyektif. Pemilihan kata-kata ialah pilihan terhadap konotasi, seperti “korupsi” dengan “mencuri” uang rakyat (Sobur, 2004:128).

### **3. Gaya Hidup Metroseksual**

#### **a. Pengertian Gaya Hidup**

Gaya hidup disebutkan sebagai tata cara yang dilakukan orang dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Banyak para ahli yang berpendapat tentang pengertian gaya hidup ini. Kottler (Sakinah, 2002:78) menjelaskan bahwa, “Gaya hidup mendefinisikan keseluruhan diri individu yang berinteraksi dengan lingkungannya”. Gambaran keseluruhan diri tersebut adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dengan harapan kelompok terhadap individu dalam bertindak berdasarkan dengan norma yang berlaku. Gaya hidup adalah ciri khas individu yang menggambarkan keseluruhan diri dan pola interaksinya yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya sehari-hari.

Gaya hidup biasanya digambarkan dengan aktivitas, minat, dan opini seseorang (*activities, interest, and opinions*). Gaya hidup orang ini biasanya tidak menetap dan berubah dengan cepat. Seseorang dapat dengan cepat mengubah model dan merek pakaian karena menyesuaikan dengan perubahan dalam hidupnya dengan dirinya (Sumarwan, 2004:57).

Menurut Armstrong, faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah perilaku, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motivasi, asumsi, kelompok acuan, kelas sosial, keluarga, dan budaya (Nugraheni, 2003: 15). Ada pula uraian untuk faktor-faktor yang pengaruh gaya hidup merupakan bagian berikut:

- 1) **Sikap.** Sikap berarti sesuatu kondisi jiwa serta kondisi pikir yang dipersiapkan buat membagikan asumsi terhadap sesuatu objek yang diorganisasi lewat pengalaman serta mempengaruhi secara langsung pada sikap. Kondisi jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kerutinan, kebudayaan serta area sosialnya.
- 2) **Pengalaman serta pengamatan.** Pengalaman bisa mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman bisa diperoleh dari seluruh tindakannya di masa kemudian serta bisa dipelajari, lewat belajar orang hendak bisa mendapatkan pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial hendak bisa membentuk pemikiran terhadap sesuatu objek.

- 3) **Kepribadian.** Merupakan konfigurasi ciri orang serta metode berperilaku yang memastikan perbandingan sikap dari tiap orang.
- 4) **Konsep Diri.** Aspek lain yang memastikan karakter orang merupakan konsep diri. Konsep diri telah jadi pendekatan yang diketahui amat luas buat menggambarkan ikatan antara konsep diri konsumen dengan *image merk*. Bagaimana orang memandang dirinya hendak pengaruhi minat terhadap sesuatu objek. Konsep diri bagaikan inti dari pola karakter hendak memastikan sikap orang dalam mengalami kasus hidupnya.
- 5) **Motif.** Sikap orang timbul sebab adanya motif, kebutuhan akan rasa nyaman, dan kebutuhan akan gengsi adalah beberapa contoh motivasi. Jika motivasi seseorang untuk gengsi besar, ia akan membentuk gaya hidup yang cenderung menyenangkan menuju kepada gaya hidup hedonis.
- 6) **Persepsi.** Merupakan proses dimana seorang memilah, mengendalikan, serta menginterpretasikan data untuk membentuk sesuatu foto yang berarti menimpa dunia.

Menurut Sunarto, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut (Mandey, 2009:93) :

- (a) **Kegiatan (Activity),** Merupakan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli ataupun digunakan, aktivitas apa yang dicoba buat mengisi waktu luang. Meski aktivitas ini umumnya

bisa diamati, alibi untuk aksi tersebut tidak sering bisa diukur secara langsung.

(b) **Minat (*Interest*)**, Merupakan objek kejadian, ataupun topik dalam tingkatan kegairahan yang menyertai atensi spesial ataupun selalu kepadanya. *Interest* bisa berbentuk kesukaan, kegemaran serta prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat ialah apa yang konsumen anggap menarik buat mengosongkan waktu serta menghasilkan duit. Minat ialah faktor individu konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

(c) **Opini (*Opinion*)**, merupakan pemikiran serta perasaan konsumen dalam menjawab isu- isu global, lokal, moral, ekonomi serta sosial. Opini digunakan buat mendeskripsikan pengertian, harapan serta penilaian, semacam keyakinan menimpa iktikad orang lain, prediksi sehubungan dengan kejadian masa yang akan datang serta penimbangan konsekuensi yang berikan ganjaran ataupun menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Pengukuran gaya hidup bisa dilakukan dengan psikografik (*psychographic*). Menurut Sumarwan (2011:58), psikografik merupakan sesuatu instrumen untuk mengukur gaya hidup yang dapat membagikan pengukuran kuantitatif serta dapat dipakai untuk menganalisis informasi yang sangat besar. Psikografik sering dimaksud sebagai pengukuran AIO (*activity*,

*interest, opinion*) ataupun pernyataan untuk menggambarkan aktifitas, minat, serta opini konsumen.

#### **b. Metroseksual**

Secara etimologis, kata metroseksual berasal dari kata urban dan seksual. Metropolitan diambil dari kata meter dan politan, bahasa Yunani: meter adalah ibu, politan adalah kota. Meskipun seks berasal dari bahasa Yunani: meter adalah ibu, politan adalah kota. Sedangkan seksual berasal dari bahasa Latin: *sexus* : jenis kelamin atau gender (Asharfillah, 2010:12).

Metroseksual (Trisnawati, 2018: 28) Ini adalah nama baru untuk kata majemuk yang terdiri dari dua kata, yaitu: metropolitan (ibukota) dan heteroseksual (perhatian berlebihan terhadap penampilan). Metroseksual didefinisikan sebagai bentuk anak muda yang berpenampilan sangat playboy, rela memanjakan diri, mau peduli dengan penampilannya, mau menjadi pusat perhatian (belum lagi kesenangan), tertarik pada fashion, dan berani menunjukkan sisi feminitasnya. Selain itu, mereka dianggap narsis, dan mereka tidak hanya jatuh cinta pada diri mereka sendiri, tetapi juga pada gaya hidup urban. Di masyarakat saat ini, pria perkotaan tidak hanya pria berpenampilan mewah, tetapi juga pria berpenghasilan tinggi. Gaya hidup mereka telah bergeser ke kota-kota besar yang menyediakan semua hal terbaik, seperti klub, spa, salon, butik, toko pangkas rambut, Restoran dan toko (Ardia, 2015: 68).

Metroseksual adalah sebuah kata yang asing bagi sebagian orang biasa namun kebanyakan orang tidak mengerti dari metroseksual tersebut. Metroseksual merupakan heteroseksual yang mempunyai kecenderungan untuk menjaga diri dan penampilannya secara telaten. Fenomena ini disebut pula dengan sebutan *women-oriented men*” (Kertajaya, 2004: 16).

### c. Pria Metroseksual

Sering kali banyak orang yang salah dalam memahami tentang pria metroseksual, masyarakat beranggapan dan mengaitkannya dengan pria yang memiliki penyimpangan orientasi seksual. Biasanya orang yang menyamakan pria metroseksual dengan pria yang memiliki kepribadian *biseksual* dan *gay*.

Pria metroseksual adalah pria yang mementingkan penampilan, tubuh, citra serta kesempurnaan. Banyak kesalahpahaman menimpa sebutan metroseksual ini. Eksistensi pria metroseksual dicirikan dengan gaya hidup yang hedonis, konsumerisme, dan berpakaian *branded*. Menjadi seorang pria yang cenderung mempunyai karakteristik sebagai pria metroseksual sesungguhnya tidaklah suatu permasalahan. Menjadi pria metroseksual ialah hak pribadi seluruh orang.

Karakteristik pria perkotaan dalam diri dan kehidupannya adalah mereka lebih suka berbelanja sebagai hiburan daripada berbelanja, karena mereka sangat ingin membeli sesuatu. Memiliki kemampuan komunikasi dan interpersonal yang baik dengan orang lain. Saya suka mengobrol untuk waktu

yang lama dan memiliki banyak teman wanita di sekitar saya. Seorang introvert, mau berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Memancarkan sosok sensualitas yang lembut.

Menurut Kartajaya (2006:290) pria metroseksual memiliki beberapa ciri, yaitu:

- a. Nikmati suasana berbelanja sebagai hiburan (*happy shopping*) daripada berbelanja karena keinginan (*purpose shopping*).
- b. Memiliki kemampuan komunikasi dan interpersonal yang baik dengan orang lain.
- c. Dibandingkan dengan orang biasa lainnya, mereka lebih sering berbicara.
- d. Ada banyak teman wanita di sekitarnya.
- e. Seorang introspektif yang mau berkomunikasi dengan dirinya sendiri.
- f. Memancarkan citra yang lembut dan seksi, baik itu untuk wanita atau pria lain.

#### 4. Instagram

##### a. Definisi Instagram

Instagram merupakan suatu aplikasi dari *Smartphone* yang spesial untuk media sosial yang ialah salah satu dari media *digital* yang memiliki

guna nyaris sama dengan twitter, tetapi perbedaannya terletak pada pengambilan gambar dalam wujud ataupun tempat untuk berbagi data terhadap penggunanya. Instagram juga bisa membagikan inspirasi untuk penggunanya serta pula bisa tingkatkan kreatifitas, sebab Instagram memiliki fitur yang bisa membuat gambar jadi lebih indah, lebih artistik serta jadi lebih bagus (Atmoko, 2012: 10).

Media sosial Instagram tidak hanya menjadi media sosial untuk mengakses foto, tetapi media sosial semacam ini telah berhasil memungkinkan pengguna Instagram untuk saling mengenal di media sosial dan kehidupan sosial (Bambang, 2012:53).

Pengguna aplikasi instagram ini terus menjadi tumbuh pesat sebab keunggulan yang ditawarkan dari bermacam fitur aplikasi Instagram. Keunggulan tersebut berupa kemudahan dikala pengunggahan gambar. Gambar yang diunggah dapat diperoleh lewat kamera maupun album ponsel tersebut. Instagram bisa langsung memakai filter buat mengendalikan pewarnaan pada gambar yang hendak di posting.

#### **b. Fitur-Fitur Instagram**

Instagram merupakan suatu aplikasi berbagi gambar serta mengambil foto ataupun gambar yang mempraktikkan *filter digital* buat mengganti tampilan dampak gambar, dan bagikan di berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram punya 5 menu utama, semuanya ada di bawah (Atmoko, 2012: 28) ialah sebagai berikut:

**a) Home Page**

*Home page* merupakan halaman utama yang menunjukkan (*timeline*) potret- potret terkini dari sesama pengguna yang sudah diikuti. Metode memandang gambar ialah cuma dengan menggeser layar dari dasar ke atas semacam dikala *scroll mouse* di pc.

**b) Comments**

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram sediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram bisa dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan tombol bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis komentar mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

**c) Explore**

*Explore* ialah tampilan dari potret – potret terkenal yang sangat banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram memakai algoritma rahasia untuk memastikan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

**d) Profil**

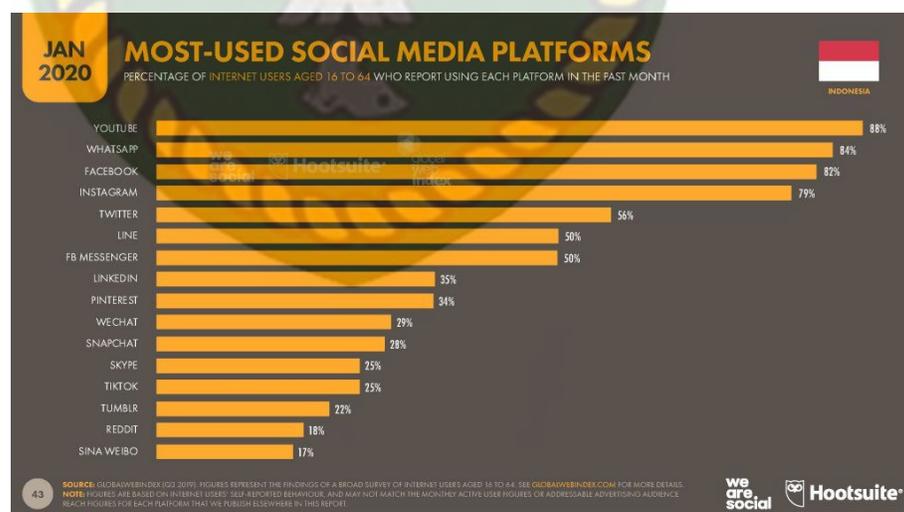
*Profil* pengguna bisa mengenali secara perinci mengenai data pengguna, baik itu dari pengguna ataupun sesama pengguna yang lain. Halaman profil dapat diakses lewat ikon kartu nama di menu utama bagian sangat kanan. Fitur ini menunjukkan jumlah gambar yang sudah di *upload*, jumlah *followers* serta jumlah *following*.

### e) *News Feed*

*News feed* adalah fitur yang menunjukkan notifikasi terhadap bermacam aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* mempunyai dua jenis tab yaitu “*Following*” dan “*News*”. Tab “*following*” menunjukkan kegiatan terkini terhadap user yang telah pengguna follow, maka tab “*news*” menunjukkan notifikasi terkini terhadap kegiatan para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, membagikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

Instagram sudah menjadi salah satu media sosial yang sangat aktif serta sedang *trend* di seluruh dunia terkhususnya di Indonesia, berikut ini persentase pengguna internet yang memakai tiap platform berbasis survey merupakan sebagai berikut:

**Gambar: 2.2 Platform media sosial yang paling aktif jan 2020**



Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>  
Di unduh 20 desember 2020.

Pada gambar diatas terletak banyak jenis media sosial dan diurutkan berdasarkan media sosial yang paling aktif januari 2020. Berikut merupakan persentasi platform media sosial yang paling aktif periode januari 2020 :

- 1) Youtube: 88%
- 2) Whatsapp: 84%
- 3) Facebook: 82%
- 4) Instagram: 79%

Terlihat dari hasil survei lembaga tersebut bahwa pada tahun 2020, Instagram seperti media peringkat keempat dan media sosial yang sangat aktif. Meskipun media sosial Instagram menempati urutan keempat, Instagram sangat populer di kalangan milenial karena memiliki beberapa keunggulan dibandingkan media sosial lainnya. Kelebihan lain dari Instagram adalah memiliki fitur edit gambar, fitur ini memungkinkan pengguna Instagram untuk mengedit dan membagikan efek dan filter unik yang diterapkan pada foto yang ingin mereka unggah, sehingga pengguna Instagram tidak perlu menggunakan aplikasi lain untuk mengedit dan apa mereka ingin video itu diposting di Instagram. Memiliki fungsi editor video untuk mengedit atau membuat video yang ingin anda unggah.

## B. Definisi Operasional

1. Representasi dalam penelitian ini merupakan sesuatu yang merujuk pada proses yang realitasnya disampaikan dengan komunikasi dan produksi makna melalui bahasa, melalui kata-kata, tanda, simbol, gambar atau kombinasinya.
2. Semiotika merupakan studi tentang makna, tanda-tanda serta komunikasi. dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang fokus pada dua tahap penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*).
3. Gaya Hidup Metroseksual merupakan gambaran diri dari individu yang bisa berubah sesuai dengan perkembangan zaman, dalam penelitian ini peneliti fokus pada gaya hidup metroseksual yaitu merupakan sebutan untuk pria yang sangat peduli dengan penampilan, tertarik pada *fashion*, senang memanjakan diri dan memiliki sisi feminim.
4. Instagram adalah salah satu media sosial berbagi foto dan video yang mana seseorang bisa memrepresentasikan dirinya dalam penelitian ini yaitu meneliti pada akun instagram @bramastavrl.

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Firhan Gunawan (Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Riau, 2019)	Representasi Pria Metroseksual Dalam <i>Web Series Axelerate The Series: Kostan AX/3</i>	Pada level realitas, pria metroseksual terlihat pada aspek penampilan, cara berbicara, perilaku, gerak tubuh, ekspresi dan lingkungan dalam film Athirah. Pada level representasi, kode-kode teknis dan konvensional yang ada dalam <i>web series</i> yang menggambarkan pria metroseksual tercermin melalui aspek kamera, pencahayaan, musik dan suara. Pada level ideologi yang dapat disimpulkan, penggambaran pria metroseksual terlihat, sehingga ideologi yang peneliti simpulkan adalah ideologi konsumerisme dan persuasif.
2.	Ade Kesuma (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, 2020)	Representasi Metroseksual Pada Fashion Stefandy Yanata Harilasso (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Foto Stefandy Yanata Harilasso pada Akun Instagram @Andyyanata)	Hasil analisis foto-foto pada akun Instagram Stefandy Yanata Harilasso, konsep diri laki-laki metroseksual tergambar pada akun Instagram @andyyanata merupakan upaya eksistensi diri yang dilihatkan melalui pilihan fashion yang ia gunakan. Pilihan pakaian yang matching dan menggunakan aksesoris yang beragam dalam setiap penampilannya menggambarkan sosok Stefandy adalah sangat memperhatikan style fashion pada dirinya. Gambaran maskulinitas yang dimunculkan sosok Stefandy pada setiap foto yang diposting di akun instagramnya tampak pada ekspresi wajah dan postur tubuh saat didepan kamera.
3.	Eko Irawan (Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Riau, 2017)	Instagram Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota Pekanbaru (Studi Komunitas Instagram Di Kota Pekanbaru)	1. Memainkan media sosial instagram telah menjadikan gaya hidup bagi kalangan remaja pada saat sekarang ini di karenakan tuntutan perkembangan zaman pada saat sekarang ini. 2. Para remaja pada saat ini lebih menggemari gambar dikarenakan gambar lebih bersifat nyata di dibandingkan tulisan, dan dari sebuah gambar yang memiliki makna sebagai sarana media 3. Media gambar lebih memiliki keunikan dalam menyampaikan pesan, sekaligus media instagram dapat menjadi tempat promosi suatu produk, bisnis online.

Sumber : Olahan Penulis, 2021

Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu :

### **1. Firhan Gunawan**

Persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama melakukan representasi gaya hidup pria metroseksual dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan observasi dan dokumentasi.

Perbedaannya adalah objek dan subjek penelitian. Penelitian ini membahas tentang Representasi Gaya Hidup Pria Metroseksual dalam akun Instagram @bramastavrl sedangkan penelitian terdahulu membahas Representasi Pria Metroseksual Dalam *Web Series* Axelerate The Series: Koston AX/3.

### **2. Ade Kesuma**

Penelitian kedua memiliki hampir seluruh kesamaan dengan penulis yaitu meneliti pria metroseksual dengan objek yang sama yaitu Instagram, dengan semiotika Ronald barthes yang sama . Yang membedakan dengan penelitian penulis adalah meneliti khusus pada 1 foto saja.

### **3. Eko Irawan**

Penelitian ketiga memiliki kesamaan dengan penulis yaitu menggunakan metode pendekatan kualitatif meneliti Instagram. Yang membedakan dengan penelitian penulis adalah penelitian peneliti menjadikan instagram sebagai media representasi sedangkan terdahulu ini spesifik membahas media Instagram menjadi gaya hidup masyarakat kota Pekanbaru.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif untuk menjadikan peneliti sebagai alat untuk mengartikan makna. Peneliti kualitatif pada dasarnya menuntut peneliti untuk memperoleh informasi dari berbagai sumber data, kemudian mengumpulkan informasi tersebut sebagai bahan pendukung penelitian. Machmud (2016:55) menjelaskan dalam bukunya bahwa penelitian kualitatif bersifat dinamis, artinya belum ada bentuk yang pasti. Dalam hal ini baik data yang terkumpul maupun hasil temuan penelitian tidak dapat ditentukan dan jelas.

Menurut Moleong, (2012 : 6) Penelitian kualitatif adalah metode yang bertujuan untuk memahami sepenuhnya fenomena yang dialami oleh objek penelitian, seperti: perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sasaran penelitian ini khusus untuk Representasi gaya hidup pria metroseksual dalam akun instagram @bramastavr1\_ sehingga dapat dikategorikan sebagai penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

Pada laporan penelitian ini penulis merepresentasikan gaya hidup pria metroseksual pada akun instagram @bramastavrl\_. Representasi gaya hidup pria metroseksual pada akun instagram @bramastavrl\_ ini menjadi pokok penelitian yang menganalisis bagaimana representasi gaya hidup pria metroseksual dalam pada akun instagram @bramastavrl\_ dengan menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes, penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*).

## **B. Subjek Dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Subjek adalah seseorang yang memberikan informasi tentang data yang di inginkan peneliti yang sedang dilaksanakannya. Maka yang menjadi subjek penelitian ini yakni *post feed* dan *story* yang terdapat pada akun instagram @bramastavrl sejak januari 2021.

### **2. Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012: 38) objek penelitian adalah sifat atau nilai dari suatu benda, orang, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan oleh peneliti. Adapun yang menjadi objek penelitian ini Representasi gaya hidup pria metroseksual pada akun instagram @bramastavrl\_ .



## **D. Sumber Data**

Sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang bersangkutan.

### **1. Data Primer**

Menurut Sugiarto (2004:40) Data primer adalah data yang langsung didapatkan di lapangan, antara lain tentang data-data maupun informasi yang diperlukan dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah Instagram yang menjadi subjek penelitian, yakni akun Instagram aktor dan juga youtuber @bramastavrl.

### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data sekunder dari hasil wawancara dan observasi serta dokumentasi yang diperoleh dari pihak lain. (Bungin, 2009 : 122)

Hal lain tersebut yaitu diperoleh dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian berupa jurnal, buku, data, video, kliping surat dan lain-lain.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Pengumpulan data melalui observasi dilakukan dengan mengamati dan mengamati secara langsung secara sistematis peristiwa atau peristiwa. Teknik ini akan memungkinkan penulis menangkap makna fenomena dari perspektif pemahaman objek penelitian, dan merasakan perasaan dan kehidupan objek penelitian, sehingga meyakinkan penulis bahwa subjek tersebut dapat menjadi sumber data bagi penelitian (Maleong, 2005:174).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi dengan mengamati setiap *instastory & feeds* yang ada di dalam akun instagram @bramastavr1\_ yang menampilkan representasi gaya hidup pria metroseksual guna memperoleh data yang relatif lebih akurat. Pengamatan ini dilakukan secara berulang-ulang.

### 2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2012:240) Dokumen adalah catatan peristiwa masa lalu. Penelitian literatur adalah teknik pengumpulan data yang mengumpulkan dan menganalisis dokumen tertulis, gambar, karya, dan file elektronik.

Pada penelitian ini studi dokumentasi adalah studi yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa *instastory & feeds* dari akun instagram @bramastavr1 yang diunduh berupa foto serta sumber-sumber yang

mendukung dari internet yang diharapkan dapat membantu penulis untuk memperoleh informasi.

## **F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Lexy J. Moleong (2007: 330) Untuk menguji keabsahan informasi yang diperoleh dan membuatnya benar-benar memenuhi maksud dan tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode triangulasi. Triangulasi adalah suatu metode pemeriksaan keabsahan suatu informasi yang menggunakan sesuatu selain informasi untuk keperluan pemeriksaan atau sebagai pembanding informasi.

### **1. Trianggulasi**

Trianggulasi data yaitu teknologi pemeriksaan keabsahan data, yang menggunakan hal-hal selain data untuk diperiksa sebagai pembanding data (Moleong (2005 : 324). Trianggulasi atau disebut juga *check* dan *crosscheck* dari sumber lain terhadap perolehan data yang terkumpul tersebut diharapkan dapat mempertinggi validitas juga memberikan kedalaman dari hasil penelitian. Penelitian ini mengadakan trianggulasi dengan sumber.

Di dalam penelitian ini trianggulasi yang digunakan adalah Ini menggunakan sumber data berbeda yang tersedia di tempat untuk triangulasi. Artinya, membandingkan atau mengecek kembali kredibilitas informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.

## G. Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2005 : 178) Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan mengolah data, mengorganisasikan data, mengkategorikannya ke dalam unit-unit yang dapat dikelola, menemukan dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan dipelajari, serta memutuskan apa yang akan diceritakan kepada orang lain.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengacu pada konsep Milles dan Huberman dalam Muhammad Idrus (2009: 147) ialah model interaktif yang mengklasifikasikan analisis data dalam 3 langkah, yakni:

### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data ialah sesuatu proses pemilahan, pemusatan atensi pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang timbul dari catatan - catatan tertulis di lapangan.

### 2. Penyajian Data (*Display Data*)

Penyajian data ini dilakukan dengan menyusun sedemikian rupa sehingga membagikan kemungkinan terdapatnya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Adapun penyajian data yang umum digunakan pada data kualitatif merupakan dalam bentuk teks naratif.

### 3. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Aktivitas analisis data yang terakhir merupakan menarik kesimpulan serta verifikasi. Mencari makna benda - benda mencatat keteraturan, pola-pola serta proposisi dalam penyajian informasi.



## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

#### a. Gambaran tentang Pria Metroseksual

Pria metroseksual adalah pria pekerja keras, mereka tidak akan melupakan kegembiraan hidup. Laki-laki perkotaan dikenal karena "kecantikan", keharuman, cinta diri, kepercayaan diri, tampan, ekonomis, spiritual, perilaku dan penampilan dewasa. Anda dapat dengan mudah menemukan pria urban di kafe, restoran, kedai kopi, klub malam, dan terkadang bahkan *fitness* dan gym.

Pada umumnya hidup dan tinggal di kota-kota besar di mana hal ini tentunya berkaitan dengan kemudahan akses informasi, pergaulan, dan gaya hidup yang dijalani dan secara jelas akan mempengaruhi keberadaan mereka. Berasal dari kalangan yang cukup atau berada dan memiliki banyak uang karena memerlukan banyaknya materi yang dibutuhkan sebagai penunjang gaya hidup yang dijalani.

Kehidupan metroseksual memilih gaya hidup urban dan hedonis. Secara intens mereka mengikuti perkembangan fashion di majalah-majalah mode pria agar dapat mengetahui perkembangan fashion terakhir yang mudah

diikuti. Umumnya memiliki penampilan yang klimis, dandy dan sangat memperhatikan penampilan serta perawatan tubuh. Maka dari itu pria metroseksual ini tertarik pada perawatan tubuh.

Senang berbelanja dan prioritaskan kebutuhan. Ekspresikan keseksian wanita dan pria dengan lebih lembut. Tidak setuju dengan pembatasan gender tradisional, introspektif, dan lebih intuitif, serta merupakan orang yang lebih open minded. Merasa lebih nyaman dengan maskulinitasnya sehingga tidak merasa terancam terhadap pandangan orang luar.

**Gambar 4.1 Foto Keanu Influencer Shopping**



Sumber : instagram @keanuagl

Gambar di atas menunjukkan salah satu contoh gaya hidup metroseksual yang ditunjukkan oleh *influencer* ternama ibu kota dan juga teman nya yang merupakan pengusaha besar indonesia. *Shopping* memiliki nilai kesenangan tersendiri bagi mereka walaupun berbelanja barang *branded*

mereka tidak keberatan karena menikmati hasil dari kerja keras mereka, gaya hidup hedon dan konsumtif memang nyata adanya pada kehidupan metroseksual.

Dikelilingi teman wanitanya tanpa perlu berhubungan seks dan selalu ingin tampil rapi, bersih, sensitif serta mengerti perasaan wanita. Rajin melakukan perawatan ke salon dan mengenal merk terkenal / *branded* dengan baik. Pria ini mampu berbelanja selama berjam-jam tanpa merasa lelah, berpikiran lebih liberal dan santai.

Pria heteroseksual, tapi merasa nyaman dalam lingkungan *gay* walaupun orang sering beranggapan pria metroseksual adalah *gay*, lebih suka berbicara dan asik dibawa ngobrol dibandingkan dengan pria kebanyakan. Memiliki kemampuan komunikasi dan interpersonal yang sempurna. Rajin mendatangi pusat - pusat kebugaran dan rutin berolahraga. Berpikiran lebih liberal dan santai, tidak seperti pada pria umumnya yang lebih otoriter dan membedakan status.

Ciri-ciri pria perkotaan dalam diri dan kehidupannya adalah mereka lebih suka berbelanja sebagai hiburan daripada berbelanja, karena mereka sangat ingin membeli sesuatu. Memiliki kemampuan komunikasi dan interpersonal yang baik dengan orang lain. Saya suka mengobrol untuk waktu yang lama dan memiliki banyak teman wanita di sekitar saya. Seorang

introvert, mau berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Memancarkan sosok sensualitas yang lembut.

Gambar 4.2 Foto Reza Rahardian Dengan *Fashion Update*



Sumber : Instagram @officialpillarez

Gambar di atas juga menggambarkan salah satu representasi pria metroseksual yang tertarik dengan penampilan yang menarik, dilihat dari baju yang *branded*, serta *fashionnya* yang diatur oleh *fashion stylish*, Reza di foto oleh *photographers* ternama serta menggunakan jasa *makeup* artis. Yang tentu saja membutuhkan biaya yang tidak murah. Dan juga *fashionnya* masuk kedalam kategori *fashion inspired #Goodmen*.

Keberadaan laki-laki urban telah menciptakan lapangan baru dalam bisnis dan industri. Jika dulu wanita merawat diri dengan baik dan gaya hidup cantik sebagai garda terdepan, maka pria urban kini bisa lebih perhatian dan cenderung *over-modify* penampilan.

Saat ini, isu khusus pria mulai bermunculan, membidik pria urban sebagai target pasar, belum lagi produk-produk eksklusif pria yang berhubungan langsung dengan bentuk tubuh dan penampilan. Pada kenyataannya secara lebih lanjut, bisnis SPA, salon dan *club fitness* juga mendapatkan pria metroseksual sebagai target market yang pas karena perilaku mereka tersebut.

Perilaku konsumtif pria metroseksual hampir mirip sama yang dilakukan oleh wanita yang berasal dari kalangan berada. Menggunakan kosmetik, pakaian, serta segala aksesoris serta kebutuhan perawatan diri menjadi menu yang sudah lazim untuk dijalani. Pria metroseksual dinyatakan sebagai seorang yang amat mencintai diri sendiri serta tergolong narsis. Mereka merelakan diri melakukan apa saja hingga mengeluarkan biaya yang besar hanya untuk mendapatkan penampilan yang sempurna menurut mereka. Pria metroseksual akan melakukan, membeli dan menikmati apa saja yang mereka inginkan. Pria metroseksual pasti berasal dari kalangan yang memiliki pendapatan yang besar.

Karena termasuk kalangan pria mapan, mereka mampu memuaskan segala keinginannya dan mendapatkan apa saja yang terlintas dalam pikiran mereka. Oleh karena ciri khusus tersebut, mereka menjadi target pasar yang sangat potensial bagi produsen barang-barang kosmetik. Disini produsen bisa memanfaatkan *moment* dan kesempatan ini untuk menjadikan pria

metroseksual bukan hanya eksis dengan atribut dan label yang khas tetapi juga pasar bagi bisnis kapital.

**Gambar 4.3 Foto Atta dan Aurel Menggunakan Jet Pribadi**



Sumber : Instagram @attahalilintar

Gambar di atas menunjukkan potret Atta dan Aurel yang ingin pergi *honeymoon* ke Bali menggunakan jet pribadi, gaya hidup pria metroseksual yang di gambarkan oleh Atta ini ialah gaya hidup mewah yang tidak semua kalangan mampu menggunakan nya. Gaya hidup metroseksual ini terkesan mewah dan royal dalam hal apapun. Tidak pernah lepas dari kata mewah gaya hidup metroseksual dalam gambar ini merepresentasikan pria metroseksual yang mapan, karena sudah mampu bepergian dengan jet pribadi yang memiliki harga yang fantastis.

## b. Akun Instagram @bramastavrl

### 1. Profil dan Kehidupan Verrell Bramasta

Verrell Bramasta Fadilla Soedjoko, yang terkenal dengan nama Verrel Bramasta lahir di Jakarta, pada tanggal 11 September 1996, sekarang berusia 24 tahun merupakan seorang *actor* muda, model, penyanyi yang sedang naik daun. Verrell adalah anak pertama dari mantan pasangan Ivan Fadilla Soedjoko dan Venna Melinda yang merupakan senior di dunia *entertainment*. Adik kandung Verrell Bramasta yaitu Athalla Naufal, kini juga terjun di dunia *entertainment* menyusul jejaknya.

Awal mula kariernya mulai dari adanya tawaran untuk menjadi bintang tamu di acara gelar wicara. Tetapi karena adanya talenta dan fisik yang mendukung, maka Verrell berminat untuk masuk dunia hiburan. Keikutsertaannya dalam dunia hiburan mendapat dukungan penuh dari kedua orangtuanya. Verrell mengawali kariernya sebagai aktor di sinetron *Bintang di Langit* pada tahun 2014. Sejak saat itu kariernya sebagai aktor semakin gemilang. Tidak hanya membintangi sinetron dan FTV, Verrell Bramasta juga berkesempatan berakting di layar lebar.

Kemampuan di dunia *entertainment* pun membawa Verrell Bramasta kerap masuk kategori dalam berbagai acara penghargaan. Pada tahun 2017 lalu, Verrell Bramasta bahkan memenangkan penghargaan sebagai Aktor Utama Paling Ngetop dalam SCTV Awards. Pria yang berzodiak Virgo ini

tidak hanya ahli dalam berakting, dia mulai mencoba bakatnya di dunia DJ dan tarik suara. Selama lima tahun, ia telah memiliki lima single dan satu album. Selain itu, Verrell sering menjadi bintang iklan.

## 2. Jenjang Karier Verrel Bramasta

### a. Film

Tabel 4.1 Daftar Film Verrell Bramasta

Tahun	Judul	Peran	Produksi
2015	<i>LDR</i>	Demas	Maxima Pictures
2015	<i>Where is My Romeo</i>	Demas	Maxima Pictures
2016	<i>ILY from 38.000 Ft</i>	Ditho	Screenplay Films
2016	<i>Dubsmash</i>	Marvel	MD Pictures
2021	Ghibah	Arga	Dee Company Blue Water Films

Dari tabel di atas dapat dilihat dari tahun 2015 Verrell sudah terpilih menjadi aktor yang memainkan film layar lebar dan hampir dari seluruh film yang di perankan nya selalu terkenal, salah satu diantaranya yaitu film *ILY from 38.000 Ft* yang sempat hits pada tahun 2016. Tak hanya sampai di situ pada tahun 2021 saat pandemi pun Verrell tetap terpilih dalam pembuatan film layar lebar.

## b. Televisi

### 1. Sinetron

Tabel 4.2 Daftar Sinetron Verrell Bramasta

Tahun	Judul	Peran	Produksi
2014	<i>Aisyah Putri The Series: Jilbab In Love</i>	Verrell	SinemArt
2014	<i>Bintang dilangit</i>	Verrell	SinemArt
2015	<i>Stereo</i>	Dimas	Nation pictures
2015	<i>Rajawali</i>	Panji	SinemArt
2015	<i>Penyihir cantik</i>	Vito	SinemArt
2016	<i>7 manusia harimau new</i>	Shakti	SinemArt
2017	<i>Siapa takut jatuh cinta</i>	Alvino adijaya	SinemArt
2017	<i>Anak sekolahan</i>	Bintang Aditya	SinemArt
2019	<i>Cinta anak muda</i>	Risky Rayhan Saputra	SinemArt
2019	<i>Anak langit</i>	Satria	SinemArt
2020	<i>Putri untuk pangeran</i>	Pangeran Alexander	MNC pictures

Dari tabel di atas menunjukkan banyak nya sinetron yang telah diperankan oleh Verrell, namanya sudah terkenal dari tahun 2014 pada saat sinetron *Aisyah Putri The Series: Jilbab In Love* , Verrell dominan menjadi aktor kesayangan dari produksi film SinemArt

karena lebih dari 9 judul sinetron yang menggunakan Verrell sebagai pemerannya.

Gambar 4.4 Foto Sampul Sinetron Verrell



Sumber : instagram @bramastavr1

Gambar diatas merupakan salah satu sinetron Verrell yang masi hits hingga saat ini yaitu Putri Untuk Pangeran merupakan sinetron terpanjang Verrell sejak awal 2020 kemarin hingga saat ini. Gaya hidup metroseksual yang di miliki Verrel pun sangat di tonjolkan dalam perannya tersebut.

## 2. FTV

Selain film dan juga sinetron Verrell sempat terkenal dan mengisi beberapa ftv pada tahun 2016, tak hanya satu ftv tampaknya Verrell senang terjun kedalam pembuatan ftv berikut beberapa judul ftv yang pernah di bintanginya Verrell Bramasta , *Tergulung Cinta Cewek Kampung* , *Lovepedia: Cinta Setengah Sadar*, *Delivery Cinta Dijalan*

*Cinta No. 26, Cleaning Service Kesayangan Si Bos , Kejebak Cinta Penjual Jagung, Sewangi Cinta Penjual Bunga.*

### **3. Acara TV**

Selanjutnya Verrell juga terjun mengisi acara-acara yang ada di TV , beberapa acara TV yang pernah di datangi Verrell yaitu pada tahun 2014 acara Ngabuburit, lalu pada tahun 2015 ada acara Seleb Ngantri dan juga Stereo, Lalu pada tahun 2020 ini adalah acara pesbuker.

### **4. Music**

Selain di dunia *acting* pada tahun 2015 Verrell terjun ke dunia musik dan mengeluarkan album pertamanya *Maia Pasto with the Stars* dan di susul single pertamanya yang berjudul Aku Cinta Padamu, kemudian juga Aku Pasti Kembali yang ft dengan Pasto, lalu tahun 2016 Verrell kembali mengeluarkan single Tanya Hati, di susul 2017 dengan single Cinta Tak Bersyarat. Walau sempat vakum setahun, pada tahun 2019 Verrell mengeluarkan tiga single yaitu Bila Ku Jatuh Cinta dan Cinta Tanpa Alasan dan juga Cinta Kita Muda yang duet dengan teman aktingnya Febby Rastanty.

## 5. Penghargaan

Tabel 4.3 Daftar Penghargaan Verrell Bramasta

Tahun	Penghargaan	Kategori	Hasil
2014	<i>Silet Awards 2014</i>	Idola Baru Tersilet	Nominasi
2017	<i>SCTV Awards 2017</i>	Aktor Utama Paling Ngetop	Menang
2017	<i>Infotainment Awards</i>	Selebriti Pria Paling Fashionable	Nominasi
2017	<i>Infotainment Awards</i>	Selebriti Pria Paling Memikat	Nominasi
2018	<i>Panasonic Gobel Awards 2018</i>	Pameran Pria Sinetron Terfavorit	Nominasi
2018	<i>SCTV Awards 2018</i>	Aktor Utama Paling Ngetop	Nominasi
2019	<i>SCTV Awards 2019</i>	Artis Paling Sosmed	Nominasi
2019	<i>SCTV Awards 2019</i>	Aktor Utama Paling Ngetop	Nominasi
2020	<i>Silet Awards 2020</i>	Aktor Tersilet	Menang
2020	<i>Indonesian Television Awards 2020</i>	Aktor Sinetron Terpopuler	Menang
2020	<i>RCTI+ Indonesian Digital Awards 2020</i>	Most Favorite Live Chat Plus Seleb (bersama Ranty Maria)	Nominasi
2020	<i>RCTI + Indonesian Digital Awards 2020</i>	Digital Daring Male	Nominasi
2020	<i>Dahsyatnya Awards 2020</i>	Genk Terdahsyat	Nominasi

2020	<i>Dahsyatnya Awards 2020</i>	Trio Terdahsyat	Menang
------	-------------------------------	-----------------	--------

Dari tabel diatas terlihat banyaknya Verrell terpilih sebagai nominasi penghargaan dengan kategori yang termasuk dari ciri pria metroseksual dari artis paling sosmed, pemeran pria paling *favorite*, selebriti paling memikat, selebriti paling *fashionable* , actor sinetron terpopuler dll. Hal ini merepresentasikan bahwa Verrell layak dikategorikan sebagai pria metroseksual.

## 2. Akun Instagram @bramastavr1

Akun Instagram dengan *username* @bramastavr1 yang nama lengkapnya Verrell Bramasta Fadilla ini memiliki 21 juta followers, 376 following dan 1,151 posts dan juga akun yang sudah di *verified* / centang biru. Dengan bio Instagram yang tertulis “ It’s not about money. It’s not about the fame. It’s about pure satisfaction”. Yang artinya “Ini bukan tentang uang. Ini bukan tentang ketenaran. Ini hanya murni tentang kepuasan”. Dapat dilihat dari banyaknya posts Verrell di Instagram ini menandakan Verrell Bramasta adalah salah satu *actor* yang aktif di social media Instagram.

Verrell juga aktif membagikan kisah hidupnya di *Instastory* Instagram nya. Oleh karena itu, penulis memilih untuk meneliti gaya hidup metroseksual yang ditunjukkan pada akun Instagram @bramastavr1 tersebut. Kini, nama

Verrell Bramasta semakin populer dan dikenal masyarakat bukan hanya karena memiliki wajah tampan, namun karena banyak kemampuan yang dimilikinya.

**Gambar 4.5 Profil Instagram Verrell Bramasta**



Sumber : instagram @bramastavr1

Gambar di atas adalah profil akun Instagram Verrell, gaya hidup yang sering ditampilkan Verrell di Instagram nya yaitu seperti kesehariannya di lokasi syuting karena Verrell masi menjalani sinetron nya Putri Untuk Pangeran yang sudah memasuki 400 episode sejak tahun 2020. Lalu juga rutinitas *fitness* , *gym* dan *workout* untuk tetap menjaga kebugaran tubuhnya.

Selanjutnya hobi Verrell dengan mobil *sport* nya, kemudian kesehariannya yang menggunakan produk perawatan untuk wajah maupun tubuhnya (*skincare*). Dan juga promosi single, vlog dan juga usaha barunya

dalam bidang makanan yaitu Tempe Mas Bram. Serta Verrell memiliki komunitas bukan duit orang tua yang menawarkan berbagi ilmu dalam bidang usaha. Walaupun statusnya single Verrell sering *memposting* foto atau *instastory* nya bersama teman-teman wanitanya.

Selain social media instagram Verrell juga aktif sebagai Youtubers dan juga Tiktokers, pada social media instagram inilah Verrell mempromosikan tiktok dan juga youtubenya sebagai pengingat agar fans nya bisa langsung menonton dengan cara swiipe up. Berikut ini beberapa fakta Verrell Bramasta yang menjadi latar belakang yang menunjang Verrell menjadi pria metroseksual saat kecil, Verrell pernah dibully oleh teman-temannya karena tubuhnya gemuk. Karena sering dibully, Verrell bertekad untuk menjaga pola makan dan memperhatikan berat badannya agar seimbang.

Verrell memiliki hobi berolahraga, selain untuk menjaga kesehatan, dia juga ingin menambah massa ototnya agar terlihat gagah dan *manly*. Terjun ke dunia hiburan bukan tujuan utama Verrell, berawal dari diterimanya tawaran casting, Varrell mencoba menjalaninya. Awalnya tidak ada niatan untuk terjun ke dunia hiburan, karena pendidikan merupakan hal yang paling utama bagi Verrell.

Verrell diterima sebagai mahasiswa baru di Universitas Columbia New York Amerika. Verrell Bramasta pernah mendapat stigma memanfaatkan ketenaran orang tuanya untuk mendomplang popularitas didunia hiburan karena terlahir dari orang tua artis. Untuk menepis stigma tersebut, Verrell semakin bersemangat untuk membuktikan, bahwa dirinya mempunyai kemampuan untuk melambungkan namanya dengan usahanya sendiri.

### **B. Hasil dan Pembahasan Penelitian**

Peneliti mengupas inti Denotasi dan Konotasi pada akun Instagram @bramastavrl menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang mana teknik analisis ini fokus kepada makna dari petanda dan penanda. Peneliti bermaksud untuk dapat mengungkap representasi gaya hidup metroseksual dan mitos dalam akun Instagram @bramastavrl yang diperoleh dari analisis pemaknaan konotatif. Peneliti menyajikan potongan-potongan gambar yang diperoleh dari proses *Capture instastory dan feed instagram* dari akun @bramastavrl. Berikut hasil penelitian representasi gaya hidup metroseksual dalam akun instagram @bramastavrl :

1. Foto *Instastory* Verrell sedang nge-Gym

Gambar 4.6 pada tanggal 3 Feb 2021



Sumber : Instagram @bramastavr1

Penerapan peta tanda Roland Barthes pada gambar 4.6

1. Penanda Dalam potongan gambar ini terlihat Verrell yang sedang foto <i>mirror selfie</i> dengan lokasi dari tempat gym dengan menunjukkan badan kekarnya.	2. Petanda Dalam potongan gambar ini Verrell sedang mengambil foto yang melihatkan badan kekarnya disebuah tempat gym.
3. Tanda Denotatif Gambar tersebut menceritakan seorang aktris yang rutin berolahraga gym/ <i>fitness</i> dalam kehidupan sehari-harinya.	
4. Penanda Konotasi Gambar ini memvisualisasikan realita kebiasaan nge-gym pada pria metroseksual di zaman <i>Modern</i> ini.	5. Petanda Konotasi Olahraga gym dalam kehidupan sehari-hari bisa menjadi kesenangan dan kepuasan sendiri bagi seseorang pada saat ini.
6. Tanda Konotasi Memilih olahraga gym saat ini merupakan olahraga yang praktis dan efisien karena sudah tersedia dimana-mana.	

**Mitos,** Dari foto tersebut peneliti menemukan mitos mengenai anggapan masyarakat terutama masyarakat saat ini bahwa pria yang nge-gym/*fitness* dipandang sebagai Pria Gay/Homoseksual. Berdasarkan diskusi para psikolog dan instruktur kebugaran di Pekanbaru, ada beberapa alasan utama kenapa pria gay/homoseksual banyak memutuskan untuk nge-gym. Yang paling utamanya adalah karena sebagai pria yang cenderung visual, yang dilihat pertama kali adalah penampilan fisik terlebih dahulu dan juga untuk membentuk identitas diri. Dengan pemikiran ini mereka berharap agar tubuh mereka bisa sebagus mungkin dibanding pria lain. Berdasarkan diskusi dalam forum *bodybuilding.com* hanya ada 20% pria di gym yang berorientasi homoseksual, tentunya jauh dari kesimpulan bahwa seluruh pria nge-gym itu gay. Menurut akun dalam forum yang membuka diri bahwa mereka homoseksual, menyatakan bahwa tidak semua pria gay yang ada di gym. Tidak ada aktivitas dalam gym secara wajar yang menyalahi norma apapun, bahkan nge-gym dirasa penting untuk beberapa orang. Nge-gym adalah salah satu bentuk olahraga yang bisa menjadi kesenangan seseorang, kebanyakan dari pria yang nge-gym ingin membentuk badan menjadi berotot, obsesi terkait maskulinitas ini hampir dimiliki oleh seluruh pria.

2. Foto *Instastory* Verrell dari Salon

Gambar 4.7 pada tanggal 7 Feb 2021



Sumber : Instagram @bramastavr1

Penerapan peta tanda Roland Barthes pada Gambar 4.7

<p>1. Penanda Pada gambar ini terlihat potret selfie Verrell dengan caption yang menunjukkan potongan rambut yang baru disebut <i>barber shop</i> yang terkenal menggunakan kacamata gaya.</p>	<p>2. Petanda Dalam gambar ini Verrell dengan percaya diri memamerkan potongan rambut barunya dalam <i>instastory</i> nya.</p>
<p>3. Tanda Denotatif Gambar ini menggambarkan kepedulian pria Metroseksual dalam penampilan tubuhnya dengan merawat rambutnya sendiri mengikuti <i>Trend</i> terkini.</p>	
<p>4. Penanda Konotasi Gambar ini menceritakan kebiasaan pria metroseksual dalam merawat diri salah satunya perawatan pada rambut di <i>barber shop</i> dianggap penting pada zaman sekarang ini.</p>	<p>5. Petanda Konotasi Merawat penampilan tubuh dalam kehidupan merupakan salah satu ciri-ciri pria metroseksual.</p>
<p>6. Tanda Konotasi Merawat penampilan tubuh salah satunya pangkas rambut merupakan salah satu dari ciri-ciri pria metroseksual.</p>	

**Mitos**, kebiasaan merawat diri yang biasanya hanya dilakukan pada wanita tetapi kini tak asing juga dilakukan oleh pria. Tidak hanya wanita saja yang gemar berdandan dan merawat diri, tapi kini semakin banyak pria yang juga memperhatikan penampilannya. Kebiasaan merawat diri itu tidak ada salahnya, malah penting dilakukan baik oleh wanita maupun pria. Pria metroseksual memiliki ciri-ciri kulit terawat, rambut rapi, dan gaya berpakaian yang *stylish*. Pria metroseksual memang terlihat lebih bersih, rapi, dan menarik. Maka dari itu banyak wanita yang merasa agak sedikit minder apabila bertemu pria metroseksual yang lebih rapi. Menurut beberapa pria menyadari bahwa dengan berpenampilan yang baik, mereka merasa lebih percaya diri. Ditambah lagi dengan tren masa kini dimana semakin banyak tokoh publik pria yang merawat dirinya sedemikian rupa, sehingga terlihat menarik dan mempesona. Salah satunya saja Verrel Bramasta. Demi menjaga dan merawat penampilannya, tidak sedikit pria metroseksual yang menjalani gaya hidup konsumeris dan mengeluarkan biaya yang mahal untuk perawatan dan pakaian. Seperti halnya pada gambar diatas Verrell men-tag atau mencantumkan instagram yang melakukan perawatan rambutnya, yang mana @bianco\_menteng ini adalah salah satu *hair stylist* kalangan artis papan atas yang tentunya memerlukan biaya yang cukup tinggi. Hal ini dipandang sebagai sesuatu yang negatif oleh para wanita.

Sebuah survey di Indonesia yang dilakukan Wolipop secara online melalui situs jejaring sosial Twitter, Senin (4/6/2012) juga mengungkapkan bahwa saat ini

makin banyak pria ketagihan spa karena mengikuti jejak pasangannya. Dari 120 responden, sebanyak 37% wanita mengaku bahwa pasangannya ikut melakukan perawatan spa ke salon. Ada juga pria yang sampai memanggil orang salon ke rumah untuk melakukan perawatan spa. Sementara 34% responden lainnya mengatakan bahwa kekasih atau pasangannya tidak suka pergi ke salon untuk melakukan perawatan spa bersama mereka. Bagi para pria yang menolak spa ini, mereka menganggap aktivitas tersebut terlalu kewanitaan. Sedangkan 27% sisanya mengaku kadang-kadang pergi perawatan di spa (wolipop).

3. Foto *Instastory* Verrell dengan koleksi mobil mewah

**Gambar 4.8 pada tanggal 15 Maret 2021**



Sumber : Instagram @bramastavr1

## Penerapan peta tanda Roland Barthes pada Gambar 4.8

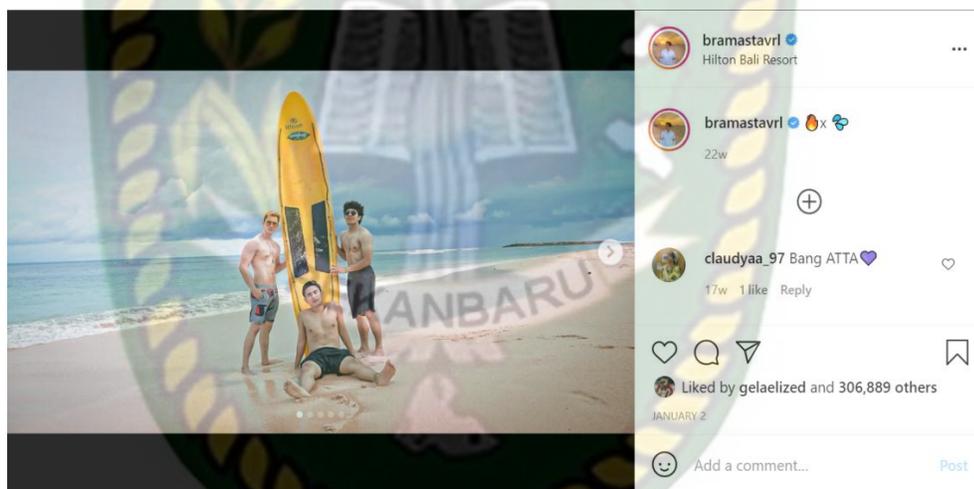
1. Penanda Dalam gambar ini terlihat potret Verrell sedang menunjukkan beberapa dari koleksi mobil mewah yang dimilikinya.	2. Petanda Dalam gambar ini terlihat bahwa Verrell memiliki lebih dari 1 koleksi mobil mewah yang kisaran harganya di atas 1M.
3. Tanda Denotatif Gambar tersebut melihtakan antusias Verrell yang memamerkan kumpulan mobil mewahnya yang bukan duit dari orang tua merupakan hasil dari kerja kerasnya.	
4. Penanda Konotasi Gambar tersebut sedang memvisualisasikan hobi pria mengkoleksi mobil mewah.	5. Petanda Konotasi Memiliki koleksi mobil mewah merupakan salah satu keinginan pria metroseksual bukan kebutuhan.
6. Tanda Konotasi Memiliki koleksi mobil mewah merupakan salah satu cara meningkatkan percaya diri dan eksistensi yang merupakan <i>trend</i> gaya hidup <i>modern</i> dikalangan pria berada saat ini.	

**Mitos**, Dari foto tersebut peneliti menemukan mitos bahwa mengkoleksi mobil mewah merupakan salah satu kewajiban untuk memilikinya dalam kalangan pria metroseksual, karena sudah mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan. Hal tersebut disebut sebagai perilaku konsumtif, Menurut Lubis (1987: 40) Perilaku konsumtif yaitu suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif ini menuntut pria metroseksual untuk terus *upgrade* dan terus *update* dengan perkembangan mobil *sport*, serta tertantang jiwa bersaing sesama teman sekominuitas. Koleksi mobil mewah yang harganya di atas 1M merupakan salah satu ciri hidup hedon. Mobil mewah merepresentasikan kekuatan dan elegan, dan jati diri pemiliknya. Dikutip dalam majalah *highend* “Verrell berhasil mewujudkan impian masa kecilnya, yaitu memiliki mobil mewah idaman. Sebuah Maserati Granturismo

berwarna putih. Berawal dari hobi bermain game GranTurismo dan melihat mobil antik mewah di *showroom* sang ayah, impian memiliki mobil modern pun terbesit di benaknya. Tidak hanya mendukung penampilan, mobil idaman tersebut telah dianggap Verrell sebagai salah satu identitas dirinya. “Layaknya tas mewah di genggam wanita, mobil mewah adalah salah satu faktor penentu identitas seorang pria,” ujarnya.

4. Foto *feed* Instagram Verrell Liburan ke Bali bersama teman-temannya

**Gambar 4.9 pada tanggal 2 Jan 2021**



Sumber : Instagram @bramastavr1

Penerapan peta tanda Roland Barthes pada Gambar 4.9

<p>1. Penanda Pada gambar ini Verrell dan dua temannya sedang berada dipantai Hilton Bali Resort. Mereka terlihat sedang selesai berolahraga surfing dan memperlihatkan papan surfing yang berwarna kuning.</p>	<p>2. Petanda Dalam gambar ini Verrell dan temannya sedang asik berlibur di Bali dan menikmati hiburan yang ada yaitu olahraga surfing.</p>
<p>3. Tanda Denotatif Pada gambar ini tanda denotative nya adalah pria metroseksual terbiasa dengan hidup mewah yang menikmati liburan yang tentunya tidak murah.</p>	

<p>4. Penanda Konotasi Gambar ini menceritakan bahwa pria metroseksual selalu menyempatkan diri dalam kesibukan apapun untuk tetap refreshing diri seperti halnya liburan.</p>	<p>5. Petanda Konotasi Liburan merupakan salah satu cara pria metroseksual menenangkan diri dari kesibukan dan aktifitasnya yang super padat di perkotaan.</p>
<p>6. Tanda Konotasi Liburan merupakan salah satu dari pilihan pria metroseksual untuk menghibur dirinya dari padatnya aktifitas dan merupakan kebutuhan atas gaya hidup yang hedonis.</p>	

**Mitos**, liburan menjadi salah satu pilihan gaya hidup pria metroseksual saat ini. Walaupun dianggap menghamburkan uang / gaya hidup hedon pria metroseksual tetap menikmati hasil dari kerja kerasnya tersebut. Liburan dianggap kegiatan yang lumrah dilakukan oleh pria metroseksual, hal ini dianggap sebagai sesuatu yang dapat menghasilkan kepuasan pada diri pria tersebut. Dikenal sebagai pria yang mempunyai kemampuan komunikasi dan interpersonal yang baik dengan orang lain, bisa dilihat *circle* pergaulan Verrell yang rata-rata berada dikalangan berada dan juga merupakan pria yang yang tinggal di kota besar dan juga pastinya pria pekerja keras. Para pria ini memilih berlibur di resort ternama di Bali. Hobi olahraga yang dilakukan pria metroseksual ini pun sesuai dengan gaya hidup urban yang hedonis, yaitu seperti *fitness*, golf, muay thai, dan juga *surfing*. Bahkan sebelum covid Verrell sangat rutin liburan keluar negeri. Menurut Susianto (2013: 89) berpendapat bahwa orang yang menggunakan gaya hidup hedonis merupakan seseorang yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencapai kenikmatan hidup. Sebagian besar aktivitas yang dilakukan diluahkan di luar rumah, lebih

senang bermain, berlibur, ingin menjadi pusat perhatian dan senang membeli barang-barang yang kurang diperlukan.

#### 5. Foto *feed* Instagram Verrel dengan *Fashion* ter-Update

Gambar 4.10 pada tanggal 5 Mar 2021



Sumber : Instagram @bramastavr1

Penerapan peta tanda Roland Barthes pada Gambar 4.10

<p>1. Penanda Dalam gambar tersebut terlihat Verrel dengan gaya / <i>fashion</i> yang sangat tertata rapi dan <i>fashionable</i>, menggunakan jaket, ikat pinggang, sepatu serta kacamata gaya.</p>	<p>2. Petanda Dalam gambar ini Verrel menunjukkan dengan <i>caption</i> tentang <i>style</i> dan menggunakan desainer ternama luar negeri.</p>
<p>3. Tanda Denotatif Gambar tersebut menceritakan bahwa Verrel bramasta sangat intens mengikuti perkembangan <i>fashion</i> terupdate masa kini dan berpenampilan klimis.</p>	
<p>4. Penanda Konotasi Gambar ini memperlihatkan realita kegemaran dan kebiasaan pria metroseksual dalam menata <i>fashion</i> yang sangat menarik.</p>	<p>5. Petanda Konotasi Menggunakan desainer dan juga <i>fashion stylish</i> dalam kegiatan sehari-hari merupakan sebuah trend pada zaman sekarang pada pria metroseksual.</p>
<p>6. Tanda Konotasi Fashion merupakan hal penting dalam penampilan pria metroseksual.</p>	

**Mitos**, dulu bagi pria, masalah *fashion* dan perawatan tubuh bukanlah yang utama, bagi mereka cukup berpakaian rapi dan bersih, namun kini terdapat kecenderungan baru. Pola kecenderungan merawat dan memperhatikan diri bukan lagi hanya milik perempuan, pola pikir semacam itu telah bergeser pula pada pria. Bagi beberapa masyarakat masi percaya bahwa pria metroseksual ini adalah seorang yang homoseksual atau pria yang kemayu. Menurut beberapa orang yang saya temui, mereka beranggapan bahwa menggunakan *fashion stylish* itu dianggap penting untuk menghadiri acara formal, karena masalah biaya yang tidak cukup murah untuk jasanya apalagi *fashion stylish* yang sudah ternama, namun pada kalangan pria metroseksual yang pekerja keras dan berasal dari kalangan berada inilah hal ini menjadi sangat biasa untuk kehidupan sehari-harinya. Menggunakan barang-barang branded tentunya. Seperti gambar diatas Verrell menggunakan pakaian dari Alexandermcqueen yang merupakan *desainer* ternama luar negeri, dan juga di beberapa *post feed* lainnya terlihat *fashion* Verrell diatur menggunakan jasa *fashion stylish* yaitu Wandahara yang sudah terkenal dikalangan artis papan atas. Tentu saja hal tersebut memerlukan biaya yang tidak murah. Demi menjaga eksistensinya pria metroseksual tersebut dicirikan dengan gaya hidup yang hedonis, konsumerisme, dan berpakaian *branded*. Menurut Swistinawati (2009: 66) Perawatan wajah dan tubuh sah tidak menjadi hal yang mustahil untuk kaum pria 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 wanita 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.

#### 6. Foto *feed* Instagram Verrell dengan produk perawatan

Gambar 4.11 pada tanggal 5 Mar 2021



Sumber : Instagram @bramastavr1

#### Penerapan peta tanda Roland Barthes pada Gambar 4.11

<p>1. Penanda Dalam gambar tersebut terlihat Verrell dengan produk perawatan tubuh yaitu <i>body lotion</i>. Selain <i>body lotion</i>, Verrell juga rutin memakai serangkaian lengkap produk perawatan dari MsGlowformen.</p>	<p>2. Petanda Dalam gambar ini Verrell menunjukkan dengan <i>caption</i> tentang pentingnya menggunakan produk perawatan untuk pria.</p>
<p>3. Tanda Denotatif Gambar tersebut menceritakan bahwa Verrell Bramasta sangat rutin merawat tubuh dan dirinya menggunakan produk perawatan khusus pria.</p>	
<p>4. Penanda Konotasi Gambar ini memperlihatkan realita hobi dan kebiasaan pria metroseksual dalam menjaga tubuh dan selalu merawat tubuhnya dari segi apapun. Hal ini merupakan sebuah trend pada zaman sekarang pada pria metroseksual</p>	<p>5. Petanda Konotasi Menggunakan serangkaian perawatan tubuh serangkaian lengkap dari produk MsGlowForMen, dari wajah hingga seluruh tubuhnya hingga Verrell diangkat menjadi Brandambassador dari MsGlowMen hal ini</p>

	sangat penting dalam kegiatan sehari-hari.
6. Tanda Konotasi	Perawatan bagi pria merupakan hal penting dalam penampilan pria metroseksual.

**Mitos**, bagi beberapa pria banyak yang beranggapan bahwa perawatan tubuh itu tidak penting, bagi beberapa pria hal ini dianggap ribet untuk dilakukan sehari-hari. Menurut pria yang saya tanya, bernama Viki. Menurutnya perawatan tubuh sangat penting bagi pria maupun wanita. Khususnya seperti saya yang kerja di lapangan, sebelum turun ke lapangan saya rutin menggunakan *body lotion* dan juga *sunscreen* untuk menjaga kulit saya dari paparan sinar matahari. Malam hari pun sebelum tidur saya rutin menggunakan *facial wash* sebelum tidur untuk membersihkan muka dari kotoran yang membandel jika di muka saya tumbuh jerawat saya menggunakan salep obat totol untuk jerawat dan juga sebelum kerja saya menggunakan *pomade powder* untuk menata rambut saya agar tertata rapi serta selalu memakai parfum agar selalu wangi. Namun saya juga bertemu pria, yang bernama Aziz. Menurut Aziz, yang dilakukan oleh pria metroseksual adalah hal yang rumit, karena memerlukan biaya yang lumayan untuk membeli produk tersebut, dan juga karena saya untuk pergi tidak memerlukan beberapa ritual seperti halnya wanita, setelah mandi saya hanya memakai baju dan langsung pergi. Hal ini yang menjadi konsep bagi pria metroseksual bahwa perawatan tubuh sangat penting walaupun harus mengeluarkan biaya yang tidak murah.

7. Foto *Feed* Verrell bersama teman wanitanya

Gambar 4.12 pada tanggal 14 Feb 2021



Sumber : Instagram @bramastavr1

## Penerapan peta tanda Roland Barthes pada Gambar 4.12

1. Penanda Dalam gambar tersebut terlihat potret Verrell bersama teman wanitanya.	2. Petanda Dalam gambar ini Verrell menunjukkan bahwa salah satu ciri pria metroseksual dikelilingi teman wanita.
3. Tanda Denotatif Gambar tersebut menceritakan bahwa Verrell Bramasta sangat <i>friendly</i> , ramah dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik hingga dikelilingi banyak teman wanita.	
4. Penanda Konotasi Gambar ini memperlihatkan realita dari kehidupan pria metroseksual dalam menjaga komunikasi nya baik ke pria maupun wanita maka dari itu walaupun masi <i>single</i> pria metroseksual tetap dikelilingi banyak teman wanita.	5. Petanda Konotasi Memiliki kemampuan komunikasi yang baik, serta <i>friendly</i> menjadi petanda bahwa pria metroseksual memiliki karakter yang asik sehingga memiliki banyak teman wanita diluar pekerjaannya.
6. Tanda Konotasi Dikelilingi banyak teman wanita merupakan salah satu tanda sebagai pria metroseksual pada saat ini.	

**Mitos**, dari gambar tersebut mitos yang muncul adalah mitos pertemanan lelaki dan wanita yang selalu orang beranggapan bahwa hubungan pertemanan antara

pria dengan wanita tidak semudah yang dibayangkan. Perasaan, hati, dan emosi seringkali ikut campur. Pada akhirnya, tak mustahil bila hubungan pertemanan itu berubah menjadi percintaan. Kemampuan komunikasi dan memiliki interpersonal yang baik dengan orang lain (*friendly*) yang dimiliki pria metroseksual menjadikan pria ini dikelilingi banyak teman wanita. Memancarkan sensualitas yang lembut baik pada teman wanita maupun pria. Maka dari hal ini Verrell sering digosipkan apabila dekat dan dikelilingi oleh teman wanitanya dan memposting dengan teman-teman wanitanya sering dianggap sedang dekat atau menjalin hubungan padahal kenyataannya itu hanyalah sebatas teman dekatnya, tak semua pria yang mampu dekat atau dikelilingi oleh banyak teman wanita karena pada dasarnya wanita pasti memilih dan juga pastinya tidak sembarangan bila berteman dengan lelaki, oleh karena itu salah satu keistimewaan pria metroseksual yang diterima di seluruh kalangan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Representasi gaya hidup pria metroseksual memang terjadi pada kehidupan sehari-hari Verrell Bramasta. Dalam akun sosial media instagram Verrell ini makna denotasi yang di presentasikan adalah tentang kebiasaan pria metroseksual. Beberapa simbol yang merepresentasikan gaya hidup pria metroseksual itu diantaranya adalah gaya hidup urban dan hedonis terbiasa dengan kebiasaan hidup mewah, mengikuti perkembangan fashion, dikelilingi banyak teman wanita, hobi berbelanja, berpenampilan menarik dan rajin merawat diri dari bentuk tubuh hingga perawatan tubuh dan menerapkan pola hidup sehat sebagai gaya hidup pria metroseksual.

Makna konotasi yang terlihat dalam dalam instagram ini adalah gaya hidup metroseksual Verrell tersebut dari postingan *feed* dan *story*nya. Gaya hidup yang di tunjukkan Verrell dalam akun instagramnya menandakan bahwa metroseksual adalah segalanya. Secara garis besar sebagai aktor terkenal Verrell hidup dan tinggal di ibu kota Jakarta yang memiliki akses informasi, pergaulan dan gaya hidup yang mempegaruhi keberadaannya. Mitos yang terlihat dalam penelitian ini adalah anggapan masyarakat yang tidak sesuai realitas yang ada dalam kehidupan Verrell seperti anggapan pria kekar adalah gay.

## **B. Saran**

### **1. Akademis**

Dengan adanya penelitian ini , semoga bisa memperluas pengetahuan mengenai metroseksual dan memahami serta merepresentasikan makna dari pria metroseksual sesuai dengan realitas sosial dan menjadi sebuah pesan yang lebih menarik minat pembaca. Serta bisa di jadikan sebagai acuan untuk penelitian mengenai pria metroseksual kedepannya.

### **2. Praktis**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memudahkan pembaca untuk melakukan riset menggunakan kacamata semiotika dengan teori Roland Barthes yang mana dapat memahami peta dan pemaknaan dari dua komplimen yaitu penanda dan petanda.

Untuk seluruh pengguna sosial media ada kalanya untuk harus berhati-hati dalam menangkap pesan apa saja yang ada di sosial media. Kita harus bijak untuk membedakan hal baik dan buruk. Seperti gambaran gaya hidup Metroseksual ini meliputi kebiasaan-kebiasaan yang di lakukan sehari-hari. Gaya hidup ini ada yang negatif dan juga positif maka dari itu kita harus meninggalkan yang negatif dan mengambil yang positifnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous. (2004). *Today's Metrosexual*. Global Cosmetic Industry .
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, B. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fiske, J. (2004). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hall, M. (2015). *Metrosexual Masculinities*. London: Palgrave Macmillan.
- Hall, S. (2011). *Representation's Meaning*. London. SAGE Publication.
- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan kartajaya on marketing mix*. Jakarta: PT Mizan Pustaka.
- Kartajaya, H. Y. (2004). *Metrosexual Invenus : Pahami prilakunya, bidik hatinya, menangkan pasarnya*. Jakarta: Pt. Ikrar Mandiri abadi.
- Kotler, P. (1989). *Manajemen Pemasaran Edisi 5 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Petova, S. (2012). *Perilaku Konsumtif Terhadap Fashion Pada Pria Metrosexual Yang Berpenghasilan Pas-pasan*. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Sakinah. (2020). *Media muslim muda*. Solo: Elfata.
- Sobur, A. (2004). *Analisis Teks Media Suatu Analisis Untuk Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framming*. Bandung: PT.Rosdakarya.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumawarman, Y. (2004). *Perilaku konsumen : Teori dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

### **Jurnal Ilmiah**

- Firhan G. (2019). Representasi Pria Metroseksual dalam Web Series Axelerate The Series: AX/3. *JOM FISIP* Vol. 6: Edisi II Juli – Desember 2019.
- Handoko, C.T. (2004). Metroseksualitas dalam iklan sebagai wacana gaya hidup postmodern. *Nirmana*, Vol 6, No.2, Juli:132 : 142.
- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2014). Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
- Irawan, E., & Yusuf, Y. (2017). *Instagram Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Kota Pekanbaru (Studi Komunitas Instagram Di Kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Maribeth, M. (2019). Maskulinitas Dalam Akun Instagram Influencer Laki-Laki. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 2(1).

- Muhammad Mufarriz, M. (2016). *Pesan Moral dalam Film Tanda Tanya Analisis Semiotika Roland Barthes* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Mulyana, A. (2014). Representasi Gaya Hidup Pria Metrosexual Di Majalah Pria Ibukota. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13(1), 69-86
- Putri, K. M. K., Unde, A. A., & Nadjib, M. (2015). Semiotika Pesan Instagram Ani Yudhoyono dalam Perspektif Etika Komunikasi. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19-26.
- Pratiwi, A. (2019). Representasi Citra Politik Harry Tanoesoedibjo (Studi Semiotika Roland Barthes Dalam Video Mars Partai Perindo). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 17-31.
- Pramesti, A. D., Rahayu, D. A., & Kusuma, A. (2020). REPRESENTASI METROSEKSUAL PADA FASHION STEFANDY YANATA HARILASSO (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Foto Stefandy Yanata Harilasso pada Akun Instagram@ Andyyanata). *Jurnal Sosial, Ekonomi dan Politik*, 1(4).
- Terry, T. (2019). *Representasi New Man Melalui Tokoh " Bang Jay" Dalam Iklan Webseries AXE: Axelerate The Series AX/3* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE).
- Triswidiastuty, S., & La Kahija, Y. F. (2015). Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual. *Empati*, 4(2), 58-64.

#### **Internet / sumber lain**

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

<http://instagram.com/bramastavr1>

[www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)