

ABSTRAK

Pria metroseksual merupakan fenomena yang lahir dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dimana memiliki daya tarik untuk mengetahui mengenai gaya hidupnya seperti dalam penelitian ini yang berfokus mengenai perilaku konsumtif pada pria metroseksual di Kota Surabaya sebagai kota kedua terbesar di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data secara *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam (*Indept Interview*). Teori yang digunakan dalam penelitian yaitu Teori Hiperrealitas dari Jean Baudllirad dan Teori Gaya Hidup oleh David Chaney.

Hasil dari penelitian ini bahwa perilaku konsumtif pada pria metroseksual di Kota Surabaya terbentuk oleh beberapa faktor diantaranya yaitu fasilitas penunjang kegiatan konsumsi, lingkungan baik dari lingkungan keluarga, pertemanan, maupun lingkungan kerja, pemilihan hobi, serta media sosial sebagai sarana membangun citra diri dan tempat menentukan gaya *fashion*. Tujuan dari gaya hidup konsumtif pada pria metroseksual adalah untuk menunjukkan citra diri mengenai status sosialnya guna ditunjukkan kepada orang lain.

Kata Kunci : Pria Metroseksual, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup

ABSTRACT

Metrosexual men are a phenomenon that was born from advances in information and communication technology which have an attraction to see about lifestyle as in this study which prioritizes consumptive behavior in metrosexual men in the city of Surabaya as the second-largest city in Indonesia. This research is qualitative research using purposive sampling for data collection techniques. Collection data was carried out by indepth interviews (Indept Interview). The theory that used in this research is the Hyperreality Theory by Jean Baudllirad and the Lifestyle Theory by David Chaney.

The results of this study indicate that the consumptive behavior of metrosexual men in the city of Surabaya is formed by several factors including: supporting facilities for consumption activities, the environment both from the family, friendship, and work environment, the selection of hobbies, and social media as a means of building self-image and a place to determine fashion styles. The purpose of a consumptive lifestyle in metrosexual men is to show a self-image about their social status in order for reveal to others.

Keyword :*Metrosexual men, Consumptive behaviour, Lifestyle*