

Abstrak

Laki-laki sekarang semakin peduli dengan penampilan dan perawatan tubuh. Mereka ini bukan tipe pria lama yang maskulin dan berotot, tapi *woman-oriented man* alias *girly man*. Bukan berarti mereka beralih orientasi seks atau kehilangan maskulinitasnya. Fenomena apakah ini? Ada istilah yang menjadi *buzzword* di seluruh dunia: metroseksual.

Berbagai fenomena diatas menjadi tanda-tanda zaman bahwa pria telah berubah. Kemajuan teknologi informasi dan kompleksitas kehidupan kota besar telah mengubah *mindset*, cara pandang, dan perilaku kaum pria, khususnya mereka yang tinggal di kota-kota besar, termasuk juga cara dan alasan mereka dalam menetapkan pembelian dan konsumsi barang.

Terkait dengan hal tersebut, mengikuti tren fashion menjadi begitu penting. Pria metroseksual adalah orang yang *trend-enthusiast*. Mereka mau selalu menjadi yang terdepan dalam mode. Hal ini menjadi salah satu identitas sosial yang membedakan diri mereka dengan orang lain.

Keinginan para metroseksual untuk selalu mengikuti tren tak bisa dilepaskan dari latar belakang mereka. Umumnya mereka hidup di kota-kota metropolitan, mapan secara ekonomi, dan *well-educated*. Karena tingkat pendidikannya tinggi, mereka memiliki akses dan sumber informasi yang sangat luas. Informasi mengenai tren fashion terbaru salah satunya mereka dapatkan dari majalah gaya hidup pria seperti Esquire.

Metode penelitian yang digunakan adalah *Critical Discourse Analysis* oleh Norman Fairclough. Fairclough membagi analisis wacana dalam tiga dimensi, yaitu teks, *discourse practice*, dan *sociocultural approach*.

Pada akhirnya terbentuk kesimpulan bahwa metroseksual adalah fenomena gaya hidup yang mengubah konsep maskulinitas tradisional menjadi maskulinitas modern, terutama dari segi penampilan. Lelaki metroseksual meyakini bahwa penampilan awet muda dan menarik memberi sisi positif bagi lingkungan. Bukan hanya secara profesional, tapi juga untuk kepentingan personal.