

## ABSTRAK

Fenomena pria metroseksual belakangan ini sering diangkat menjadi topik utama media massa, baik itu dalam surat kabar, program infotainment, dan juga iklan televisi. Dalam kajian jender, pria metroseksual tergolong dalam jender maskulin yang sifatnya sedikit bergeser ke arah feminin, dimana para pria metroseksual ini dianggap sangat mengerti bagaimana merawat tubuhnya. Produk-produk kosmetik yang ada sekarang ini ada yang dikhususkan bagi segmen pria, mulai dari deodoran, parfum, lotion hingga produk pembersih muka dan semakin banyak jumlahnya di pasaran yang kemungkinan besar juga semakin menjadi andalan di bidang pemasaran karena dalam beberapa prediksi dari penelitian yang dilakukan beberapa lembaga riset menunjukkan bahwa porsi segmen pria yang ditembak sebagai sasaran produk kosmetik tergolong cukup besar, dan memiliki potensi yang besar untuk semakin berkembang. Para produsen pun berlomba-lomba berebut “potongan kue” tersebut dengan memproduksi kosmetika yang dikhususkan bagi pria.

Penelitian ini menggunakan metodologi genealogi Michel Foucault untuk mengetahui bagaimana praktik kuasa tubuh disebarakan melalui wacana, khususnya melalui media massa. Serta untuk mengetahui Bagaimana Media dan Pasar Memiliki Kepentingan terhadap Munculnya Wacana tentang Fenomena Pria Metroseksual. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah bagi perkembangan dan pendalaman pada studi komunikasi tentang analisis isi media yakni analisis wacana. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi pelaku media guna mengemas pesan yang lebih kreatif, mendidik, variatif, dan berimbang. Penelitian ini diharapkan juga dapat membuka pikiran masyarakat untuk tidak menjadi khalayak yang pasif, tetapi menjadi khalayak yang aktif dan bijak dalam membaca setiap produk teks atau pesan media, dan juga bagi pihak-pihak lain yang ingin menggunakan teks media baik cetak maupun elektronik, sebagai sarana sosialisasi sekaligus sarana pendidikan terhadap khalayaknya.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena pria metroseksual yang diangkat sebagai wacana dianggap sebagai suatu bentuk praktik kuasa tubuh terhadap individu. Wacana pria metroseksual dalam media massa dikontrol dengan berbagai bentuk limitasi. Fenomena ini disiplinkan dengan cara normalisasi dan regulasi melalui wacana, terutama dalam media massa. Pria metroseksual ini dalam media massa cenderung ditempatkan sebagai salah satu segmen pasar dengan gaya hidup konsumtif. Kaum kapitalis melalui media massa menyebarkan pengaruh dominasinya dengan tujuan agar dapat memproduksi barang atau jasa secara terus menerus dan sekaligus memastikannya untuk tetap diserap oleh pasar. Media dengan adanya proses penyebaran wacana yang dimunculkan tentu semakin banyak meraup keuntungan.