



REPRESENTASI METROSEKSUAL PADA FASHION STEFANDY YANATA HARILASSO (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Foto Stefandy Yanata Harilasso pada Akun Instagram @Andyyanata)

METROSEXUAL REPRESENTATION IN FASHION STEFANDY YANATA HARILASSO (Roland Barthes's Semiotics Analysis of Stefandy Yanata Harilasso's Photographs on Instagram Account @andyyanata)

Anisa Dwi Pramesti¹, Dina Anik Rahayu², Ade Kusuma^{3*}

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

Diterima: 28 April 2020; Disetujui: 20 Juni 2020; Dipublish: 1 Desember 2020

*Corresponding Email: ade.kusuma.ilkom@upniatim.ac.id

Abstrak

Fashion menjadi bagian dari gaya hidup individu. Fashion memberikan gambaran tentang bagaimana identitas sosial seseorang. Pandangan tradisional membagi dan membedakan pakaian dan aksesoris berdasarkan gender tertentu. Merah muda atau pink adalah warna yang melekat pada para perempuan, sedangkan biru selalu identik dengan laki-laki. Namun pada masyarakat modern dan perkotaan, fashion mengalami pergeseran yang cukup berarti. Kehadiran sosok metroseksual di Indonesia memberikan image baru tentang bagaimana gaya hidup dan selera laki-laki perkotaan yang modern. Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik melihat bagaimana representasi metroseksual yang ditampilkan pada akun Instagram @andyyanata atau Stefandy Yanata Harilasso, seorang selebgram yang modis dan merupakan seorang beauty enthusiast. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Melalui foto-foto Stefandy di akun Instagram @andyyanata peneliti melihat bagaimana tampilan gaya berpenampilan laki-laki yang modern, tanpa menghilangkan unsur maskulinitas seperti halnya sosok yang tegas, kuat, dan mendominasi, namun juga berani menampilkan sisi feminitas dalam kaitannya dengan pilihan fashion. Hasil penelitian ini juga menjelaskan bahwa metroseksual adalah gambaran identitas dan gaya hidup yang tercermin dari fashion laki-laki modern dan perkotaan.

Kata Kunci: Representasi, Metroseksual, Fashion, Semiotika.

Abstract

Fashion is a part of an individual's lifestyle. Fashion provides a social identity. The traditional view divides and distinguishes clothing and accessories based on a specific gender. Pink or pink is a color that is attached to women, while blue is always synonymous with men. But in modern and urban society, fashion has experienced a significant shift. The presence of a metrosexual figure in Indonesia gives a new image of how the lifestyle and tastes of modern urban men. Based on this phenomenon, researchers are interested in seeing how the metrosexual representation displayed on Instagram accounts @andyyanata or Stefandy Yanata Harilasso, a celebrity fashionista, and a beauty enthusiast. This study uses a qualitative research method with Roland Barthes's semiotic approach. Through Stefandy's photos on the Instagram account @andyyanata, researchers see how a modern male-style look looks, without eliminating the element of masculinity as well as a firm, strong, and dominating figure, but also dared to display the femininity side in relation to fashion choices. The results of this study also explain that metrosexual is a description of identity and lifestyle that is reflected in modern and urban male fashion.

Keywords: Representation, Metrosexual, Fashion, Semiotic

How to Cite: (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 (JSEP)* 1(4):

PENDAHULUAN

Fashion menjadi bagian yang tidak akan bisa lepas dalam kehidupan. Fashion memberikan penggambaran dari karakter seseorang. Gaya pakaian, perhiasan, maupun aksesoris yang dipakai oleh seseorang saat ini bukan hanya sebagai hiasan atau penutup tubuh saja namun penampilan seseorang dapat mengkomunikasikan identitas pribadinya. Bagi beberapa orang, mengikuti sebuah tren dalam fashion itu merupakan sebuah sesuatu yang harus dilakukan. Biasanya penggemar fashion didominasi para perempuan karena pada umumnya perempuan identik dengan seseorang yang suka mempercantik diri dan sangat perhatian pada penampilan. Namun saat ini, tidak sedikit kaum laki-laki yang memberi perhatian lebih pada perkembangan fashion. Menurut Flocker, tiga hal yang mempengaruhi laki-laki sebagai generasi baru saat ini adalah style, sophistication, dan self-awareness. (2003: xiii). Laki-laki sekarang dianggap memiliki pilihan untuk tampil lebih maskulin dan percaya diri berdasarkan minat dan selera gayanya. Gaya berpakaian laki-laki tidak bergantung pada fashion pendahulunya.

Osgerby (2003) mengatakan bahwa peningkatan minat laki-laki dalam perawatan dan peningkatan citra bukanlah hal baru. Pada era Georgia di UK, hal tersebut telah dipraktikkan namun hanya pada sebagian kecil orang-orang kaya pada masa itu. Di jaman yang lebih modern, pola konsumsi mulai berubah, perawatan terhadap tubuh laki-laki relatif tidak tampak karena adanya persepsi di masyarakat bahwa ranah konsumsi untuk perempuan (ranah feminin) sementara ranah produksi adalah untuk laki-laki (ranah maskulin) (Hall, 2015: 19)

Fenomena serupa dapat dilihat pada perkembangan laki-laki di Indonesia saat ini. Sebagaimana besar masyarakat Indonesia masih menganggap bahwa gaya penampilan laki-laki itu memang cenderung sewajarnya terlihat sederhana,

seperti halnya warna tidak mencolok dan tidak banyak menggunakan ragam aksesoris. Namun pada perkembangannya, laki-laki perkotaan modern mulai memperhatikan penampilan dan peduli terhadap citra dirinya, atau biasa disebut sebagai laki-laki metroseksual.

Salah satunya adalah Stefandy Yanata Harilasso, seorang selebgram yang cukup aktif memposting gaya dan pilihan fashion yang digunakan pada sosial media dan blog pribadinya. Stefandy Yanata Harilasso adalah beauty enthusiast yang pernah menjadi pembicara BeautyFest Asia 2018 (Fadila, 2018: idntimes.com). Namanya mulai dikenal sejak usia muda. Saat belum genap 20 tahun, Stefandy Yanata Harilasso berhasil menjadi juara dalam kompetisi desain fashion yang diadakan PT Nissan Motor Indonesia. Kompetisi tersebut diikuti oleh para desainer muda berbakal dan Andy Yanata (sapaan akrab Stefandy Yanata Harilasso) mampu mengalahkan 900 karya fashion dari para fashion desainer muda Indonesia (Suryadi, 2015: autonetmagz.com). Berdasarkan fenomena tersebut diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam bagaimana makna tanda-tanda yang terdapat dalam teks pada foto-foto di akun Instagram Stefandy Yanata Harilasso @andyyanata. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes guna menemukan bagaimana representasi metroseksual pada akun Instagram @andyyanata.

KAJIAN TEORI

Representasi Metroseksual

Representasi menjadi bagian dari studi budaya. Representasi adalah bagian penting dari proses dimana makna diproduksi dan dipertukarkan antar anggota budaya, yang melibatkan penggunaan bahasa, tanda dan gambar yang mewakili suatu hal tertentu (Hall, 2003: 15). Representasi mengacu pada pemaknaan suatu tanda, baik pada proses ataupun produk tanda itu sendiri.

Representasi juga sering diartikan sebagai adanya proses perubahan konsep ideologi yang bersifat abstrak menjadi bentuk yang lebih kongret. Menurut Stuart Hall (2003: 17) ada dua proses representasi, yaitu mental representation dan system of representation. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang 'sesuatu' yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual). Makna bergantung pada sistem konsep yang terbentuk dalam pikiran kita yang dapat mewakili sesuatu, dan memungkinkan kita menggunakannya untuk merujuk pada hal-hal lain diluar pikiran kita. Kedua, sistem representasi merupakan bagaimana cara pengorganisasian, pengelompokan serta mengatur dan mengklasifikasikan konsep dan membangun keterkaitan yang kompleks diantaranya. Konsep tersebut diterjemahkan dalam 'bahasa' yang menghubungkan ide dan konsep manusia terhadap suatu tanda dan simbo tertentu.

Pandangan tradisional memandang bahwa manusia menciptakan pakaian karena tiga alasan; sebagai perlindungan terhadap cuaca, menutupi tubuh, dan sebagai tanda agar mudah dikenali. Namun dalam bukunya berjudul *The Language of Fashion*, Roland Barthes menambahkan penjelasan bahwa fashion juga memiliki keterkaitan yang signifikan dengan dialektika kondisi sosial masyarakat (Barthes, 2013: 90)

Metroseksual atau ketertarikan laki-laki terhadap penampilannya hadir sebagai tantangan pada gagasan tradisional tentang penampilan pada gender laki-laki dan perempuan yang selalu dianggap memiliki penampilan yang berbeda, atau sederhananya, perempuan dianggap peduli dengan kecantikan, sementara kebanyakan laki-laki tidak (Hall, 2015: 1).

Simpson (2004) eventually drew was that these changes in men's grooming and image-enhancing practices meant that a 'new, narcissistic, media-saturated, self-

conscious kind of masculinity' had emerged –so-called metrosexuality. (Hall, 2015: 20)

Metroseksual terkait dengan pergeseran identitas maskulinitas yang ada pada laki-laki. Simbol-simbol kecantikan seperti halnya aksesoris dan kosmetik yang menjadi bagian dari identitas gender perempuan, sekarang tidak asing lagi bagi laki-laki. Para lelaki pesolek dikenal sebagai penganut gaya hidup metroseksual (Ardani, Christin, Mahadian, 2015: 3985)

Metroseksual (Trisnawati, 2018: 28) adalah istilah baru sebuah kata majemuk yang berasal dari kata paduan dua istilah yaitu : metropolitan (ibu kota) dan heteroseksual (perhatian berlebihan terhadap penampilan). Metroseksual didefinisikan sosok laki-laki muda berpenampilan dandy, senang memanjakan dirinya, sangat peduli dengan penampilannya, senang menjadi pusat perhatian (bahkan menikmatinya), sangat tertarik dengan fashion dan berani menampilkan sisi femininnya. Mereka ini bahkan ditengarai sebagai sosok narsistik, yang jatuh cinta tidak hanya terhadap diri sendiri tapi juga gaya hidup urban. Di masyarakat saat ini pria metroseksual bukanlah pria yang hanya dandy dalam penampilan namun juga tipe-tipe berpenghasilan besar, pria yang dengan pola hidup bergerak menjangkau kota-kota metropolitan yang menyediakan segala hal yang terbaik seperti klub, spa, salon, butik, penata rambut, restoran, dan toko (Ardia, 2015: 68).

Semiotika Roland Barthes

Secara etimologis, istilah Semiotik berasal dari kata Yunani Semeion yang berarti "tanda". Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Sedangkan secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa,

seluruh kebudayaan sebagai tanda (Eco, 1976:6 dalam Sobur 2002:95). Dalam bukunya yang berjudul "Mythologies" (1972), Barthes menggunakan semiotik untuk menganalisis produk-produk budaya populer (Ida, 2011: 54)

Pendekatan semiologi Roland Barthes secara khusus tertuju kepada sejenis tuturan (speech) yang disebutnya sebagai mitos. Menurut Barthes, bahasa membutuhkan kondisi tertentu untuk dapat menjadi mitos, yaitu yang secara semiotis dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran signifikasi yang disebut sebagai sistem semiologis tingkat kedua (the second order semiological system). (Barthes, 1981 dalam Budiman, 2004:63)

Sebagai sistem semiologi tingkat pertama (the first order semiological sistem), mitos dapat diuraikan kedalam tiga unsur, yaitu: signifier, signified, dan sign. Sistem pertama ini sering disebut dengan sistem linguistik. Sebagai sistem semiologi tingkat kedua (the second order semiological system), mitos mengambil sistem semiotik tingkat pertama sebagai landasannya. Jadi mitos adalah sejenis sistem ganda dalam sistem semiologi yang terdiri dari sistem linguistik dan sistem semiotik. Untuk menghasilkan sistem mitis, sistem semiologi tingkat kedua mengambil seluruh sistem tanda pada tingkat pertama sebagai signifier dan di berikan signified sendiri oleh pembuat atau pengguna mitos, hingga timbul sebuah makna baru dan makna baru ini, dinamai sebagai sebuah meaning, karena kita mengetahui tanda hanya dari maknanya. (Sunardi, 2004:90)

Pesan Non Verbal

Menurut Goffman, orang-orang mengelola citra diri mereka sendiri melalui interaksi dengan orang lain (Hall, 2015: 48). Misalnya melalui isyarat tubuh, seseorang bisa dinilai sebagai sosok yang ramah dan memiliki daya tarik yang sangat menyenangkan jika diajak berbicara. Melalui cara berpakaian seseorang dapat

dinilai apakah dia seseorang yang menyukai kebersihan atau tidak.

Fred E. Jandt menjelaskan bahwa ragam bentuk dari komunikasi non verbal dapat dibagi menjadi proxemics, kinesics, chronemics, paralanguage, silence, haptics, pakaian, dan penampilan fisik lainnya. (Jandt, 2004: 129). Proksemik (proxemics) merupakan pengaturan jarak personal yang dapat menjelaskan bentuk hubungan personal antar satu individu dengan individu lain. Kinesik (kinesics) merupakan segala bentuk isyarat yang berasal dari gestur atau gerak tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata yang dapat memberikan makna. Chronemics, atau pemahaman akan 'waktu' bagi kegiatan komunikasi antarbudaya. Paralinguistik (paralanguage) mencakup bagaimana seseorang (secara individu, ataupun menjadi bagian dari suatu kelompok) menyampaikan atau mengucapkan pesan. Sikap diam (silence) juga merupakan salah satu bentuk dari komunikasi. Haptics atau entuhan dapat menunjukkan bentuk hubungan kedekatan yang beragam. Sedangkan pakaian dan penampilan fisik lainnya sebagai simbol dari suatu identitas budaya tertentu.

Fashion dan Gender

Sepanjang masa, di semua masyarakat, fashion telah berfungsi sebagai indicator status sosial dan kepemilikan budaya (Flocker, 2003: 81). Fashion menunjukkan dari mana seseorang berasal, bagaimana gender, nilai-nilai budaya tertentu yang ia yakini dan menjadi bagian dari kehidupannya. Fashion mengkonstruksi, menandai, serta memproduksi jenis kelamin dan gender. Rouse menjelaskan bahwa pakaian adalah instrumen dalam proses sosialisasi peran berdasarkan jenis kelamin dan gender; fashion membentuk ide tentang bagaimana seharusnya memandang laki-laki dan perempuan (Barnard, 2006: 159).

Keberagaman makna fashion dapat dilihat dari bentuk, bahan baku yang

digunakan, warna, serta waktu yang tepat saat harus menggunakannya. Rok merupakan pakaian yang biasa digunakan oleh perempuan, namun Steele (1989) mengklaim bahwa rok Skotlandia lebih diterima karena ia bukanlah rok perempuan melainkan sejenis busana nasional (Barnard, 2016: 159) Warna pink cenderung diberikan kepada perempuan, sedangkan warna biru diasosiasikan dengan warna laki-laki. Awal mula jeans ditemukan, bahan celana ini hanya digunakan oleh laki-laki pekerja kasar, perempuan tidak diizinkan menggunakan celana berbahan jeans karena dianggap tidak pantas. Namun perubahan kebutuhan manusia saat ini, jeans menjadi fashion yang wajar digunakan keduanya.

Perkembangan zaman membuat pengkategorian jenis pakaian dan fashion yang seharusnya digunakan perempuan, dan yang seharusnya digunakan laki-laki mengalami pergeseran. Fashion di era postmodern tidak lagi hanya merujuk pada logika diferensiasi, melainkan ada tiga logika lain yang terkait dengan logika fashion, yaitu logika fungsional nilai guna, logika ekonomi nilai tukar, dan logika pertukaran simbolis (Bernard, 2006: 217).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis metode penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Objek penelitian adalah 'teks' berupa gambar dan tulisan berupa caption yang terdapat pada postingan akun Instagram @andyyanata. Ada 3 tahap pemaknaan dari Barthes yang akan peneliti gunakan dalam membongkar tanda, yakni makna denotasi, makna konotasi dan mitos.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cerminan Kepercayaan Diri Pada Ekspresi dan Gerak Tubuh

Ekspresi wajah merupakan perilaku nonverbal utama yang mengekspresikan keadaan emosional seseorang. Sebagian

pakar mengakui, terdapat beberapa keadaan emosional yang dikomunikasikan oleh ekspresi wajah yang tampaknya dipahami secara universal: kebahagiaan, kesedihan, ketakutan, keterkejutan, kemarahan, kejiikan dan minat (Mulyana, 2017: 377). Pada postingan Stefandy di akun Instagram @andyyatana peneliti menemukan beragam ekspresi saat difoto, seperti halnya tersenyum ceria dan bahagia, serta ekspresi datar atau tenang yang dapat diartikan mempunyai kepercayaan diri yang besar.

Stefandy juga kerap memandangi kamera dengan tatapan yang mendalam. Melalui tatapan matanya ke kamera, seolah-olah mengajak siapapun yang melihat postingan tersebut dapat merasakan bagaimana kepercayaan dirinya terhadap gaya fashion yang digunakan. Kesan maskulin juga tetap dapat terlihat melalui dagu dan rahang yang kuat, didukung dengan leher yang kokoh dan beralis tebal yang terkesan sedikit tertarik keatas.

Pada laki-laki dewasa seperti Stefandy yang merupakan seorang model, ekspresi wajah yang cool sengaja tunjukkan agar bisa menarik perhatian. Rasa kepercayaan diri Stefandy ini muncul akibat teman-teman disekelilingnya yang merupakan seorang model dan sering mendapat perhatian dari orang-orang yang secara tidak langsung membuatnya menjadi terbiasa bahkan menikmatinya. Layaknya seperti seorang laki-laki metroseksual yang salah satu cirinya adalah menikmati segala bentuk perhatian dan rasa kekaguman yang ditunjukkan pada dirinya. Pekerjaannya sebagai seorang model membuat Stefandy sudah biasa menunjukkan ekspresi seperti halnya seorang model laki-laki. Hal ini terjadi karena Stefandy sering melakukan pemotretan didalam studio foto maupun ketika di luar ruangan bahkan saat ia berada di Luar Negeri.

Dari keseluruhan gesture tubuh yang diperlihatkan oleh Stefandy, secara garis besarnya terlihat bahwa Stefandy sosok yang santai ekspresif sekaligus ceria, namun juga tegas. Penampilan yang keren dan rapi merupakan hal yang wajar, bila mengingat dari usia Stefandy yang sudah dewasa, berpenghasilan dan tinggal di kota besar membuat ia tidak kaku lagi dalam menunjukkan sisi kemewahannya. Ia sering menampilkan posisi mencondongkan tubuhnya ke arah yang membuatnya tertarik. Ada ketegasan dan rasa percaya diri khas seorang laki-laki dewasa yang tersirat dari postur tubuhnya. Postur tubuh sering bersifat simbolik dan beberapa postur tubuh tertentu diasosiasikan dengan status sosial dan agama tertentu (Mulyana, 2017: 364) Ketegasan dan kepercayaan diri itu merupakan salah satu representasi dari aspek maskulinitas yang dimiliki oleh Stefandy Yanata Harilasso. Dimana maskulinitas selama ini identik dengan sikap dominasi dan superioritas.

Metroseksual Sebagai Gambaran Laki-Laki Mapan Perkotaan

Pakaian matching atau senada baik dari warna atau motif, cenderung dilekatkan pada perempuan yang dianggap mampu dalam berpenampilan. Pakaian matching merupakan pakaian yang digunakan dengan memadupadankan berbagai model pakaian serta motif dan warna pakaian agar terlihat menarik. Memperhatikan penampilan merupakan salah satu identitas yang melekat pada pria metroseksual. Penampilan yang ditunjang dengan pakaian yang matching atau senada tentu menjadi hal utama yang diperhatikan sosok metroseksual. Salah satu postingan dari akun instagram @andyyanata (17 November 2019) menggambarkan sosok Stefandy Yanata Harilasso sebagai sosok yang memperhatikan penampilan dan bisa memadupadankan pakaian dan aksesoris yang digunakan menjadi terlihat menarik dan matching. Gaya fashion yang ditampilkan Stefandy menggunakan atasan

vintage white long sleeve (renda kerah turtle) yang saat ini sedang menjadi tren fashion di kalangan laki-laki perkotaan, dan dipadankan dengan jaket, celana, topi dan sepatu yang berwarna dominasi hitam. Tambahan kaos kaki berwarna putih memberi kesan sosok Stefandy menjadi lebih rapi namun tetap modis dengan corak black and white.

Laki-laki cenderung menyukai warna-warna gelap untuk pakaian yang digunakan, sementara warna cerah lebih banyak dipilih oleh para perempuan yang berani memadupadankan warna-warna yang menggambarkan keceriaan dan mencolok. Namun berbeda dengan Stefandy juga terlihat berani menggunakan warna pakaian yang cerah dan mencolok. Pada postingannya di akun @andyyanata (21 Agustus 2019), ia menggunakan rancangan dari Sapto Djojokartiko, sebuah setelan jas dan celana dengan corak etnik Indonesia yang berwarna kuning dipadupadankan dengan kemeja putih lengan panjang yang dibiarkan keluar namun tetap terlihat elegan. Gelang etnik dan sepatu sandal berwarna pink peach melengkapi gaya Stefandy yang selalu terlihat modis.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti terhadap postingan akun Instagram @andyyanata mencoba mendobrak mitos fashion dan gender yang selama ini melekat di masyarakat. Stefandy juga selalu mengedepankan penampilan yang rapi dan menarik melalui ragam pilihan fashion yang digunakan. Pakaian matching baik bentuk dan warna senada yang modis menggambarkan bahwa laki-laki juga perlu memperhatikan penampilannya. Stefandy melalui postingan akun Instagram @andyyanata menggambarkan sosok laki-laki yang elegan dengan konsep maskulinitas yang modern, yaitu memadupadankan konsep maskulinitas dan feminitas dalam fashion.

Pandangan tradisional menganggap bahwa aksesoris lebih sering digunakan untuk menunjang penampilan perempuan.

Perempuan memiliki jenis aksesoris yang beragam, seperti halnya ragam bentuk kalung, gelang, cincin, atau hiasan lainnya yang digunakan untuk mempermanis fashion. Pada unggahan beberapa foto Stefandy Yanata Harilasso di Instagram, terlihat ia cukup terbiasa menggunakan aksesoris untuk menunjang penampilannya. Pada postingan tanggal 16 Januari 2020 di akun Instagram @andyyanata ia terlihat menggunakan kalung berwarna emas dengan inisial huruf A dengan model kalung yang cenderung simpel namun tetap terkesan mewah dan maskulin. Kalung emas tersebut dijelaskan Stefandy di caption postingannya merupakan rancangan dari desainer Carendelano yang merupakan model baru dari *ubs gold*, sebuah kalung bermodel simpel yang memiliki liontin huruf berinisial A sesuai dengan nama panggilannya yakni Andy. Sebuah pakaian bergaya santai dengan kaos putih dan juga blazer berwarna cream yang membuat penampilannya semakin terlihat elegan. Posisi tangannya yang menempel ke dahi membuat postur tubuh Stefandy terlihat tegas dan menunjukkan rasa percaya dirinya yang tinggi karena menggunakan aksesoris tersebut. Selain itu, ia juga suka menggunakan aksesoris lain seperti halnya kacamata, gelang dan beragam variasi bentuk tas yang sering digunakan, seperti ransel, sling bag maupun waist bag. Terlihat pada postingan tanggal 29 April 2020, Stefandy memposting foto saat ia mengenakan sling bag yang biasanya identik dengan tas perempuan akan tetapi saat digunakan oleh laki-laki terlihat serasi dan modis. Stefandy juga suka menggunakan beragam variasi bentuk topi seperti bucket hat, dad hat, beanie hat, fedora hat dan boater hat seakan menjadi barang wajib yang harus digunakan.

Meskipun pada kaum laki-laki terdapat makna konotasi maskulin, penggunaan aksesoris tetap dianggap sebagai perhiasan, dan penggunaannya

dikatakan sebagai barang yang bersifat sekunder maupun tersier. Sehingga penggunaan aksesoris oleh @andyyanata dalam postingannya, mengindikasikan bahwa sosok Stefandy merupakan laki-laki pesolek yang selalu menambahkan aksesoris dalam menunjang penampilannya supaya terlihat tidak biasa.

Seperti kaum metroseksual pada umumnya, Stefandy tidak membatasi dirinya dalam menentukan model ataupun warna pakaian tertentu. Dengan tetap tampil berdasarkan ciri khas fashion dari kaum metroseksual yang rapi dan menarik, sosok Stefandy mampu berpenampilan dengan gaya formal, casual, sporty, dan dandy. Terkadang ia juga menggabungkannya dua diantaranya sesuai dengan ciri dan style fashion yang melekat padanya.

Eksistensi dari Stefandy dalam mengenakan pakaian, aksesoris fashion, bahkan dalam segala dandanan dalam bergaya, ditambah dengan intensnya sosoknya yang dikenal kalangan masyarakat melalui media sosial Instagram, tanpa disadari atau tidak telah mampu mengkonstruksi semacam realitas baru mengenai pemaknaan laki-laki urban dan modern pada kalangan masyarakat yang identik dengan tegas, disiplin dan mengikuti tren fashion.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan 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. Ketegasan dan kepercayaan diri yang ditunjukkan oleh Stefandy Yanata Harilasso merupakan salah satu representasi dari aspek maskulinitas yang dimilikinya. Meskipun tidak dapat dipisahkan dari konsep feminitas, namun maskulinitas yang ditampilkan pada akun Instagram Stefandy masih cenderung menggambarkan dominasi gaya hidup laki-laki yang terkait dengan konsumerisme dan perilaku narsisme.

Gambaran laki-laki metroseksual memunculkan sebuah konstruksi realitas baru dan menggeser pandangan tradisional mengenai sosok penampilan laki-laki dewasa. Laki-laki metroseksual mengedepankan gambaran sosok laki-laki yang modern, tanpa menghilangkan unsur maskulinitas seperti halnya sosok yang tegas, kuat, dan mendominasi, namun juga berani menampilkan sisi feminitas dalam kaitannya dengan pilihan fashion.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, Desak Gede Risna., Maylanny Christin, & Adi Bayu Mahadian. 2015. Representasi Metroseksual Pada Fashion Balita (Analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Foto Daffa Abyan Sofa Pada Akun Instagram@daffa_sofa). *eProceedings of Management: Vol. 2, No. 3 Desember 2015* <https://library.eproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2549>
- Ardia, Velda. 2015. Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Yamaha Cbu Dan Yamaha Yzf R15 (Studi Analisa Semiotika Roland Barthes). *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 3, No. 2, Jan-April 2015. [E-jurnal.lppmunsera.org](http://jurnal.lppmunsera.org)
- Barthes, Roland. 2013. *The Language of Fashion*. UK : Bloomsbury
- Bernard, Malcolm. 2006. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Bandung : Jalasutra
- Budiman, Kris. 2005. *Semiotika Visual*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Fadila, Yogie. 2018. #BFA2018: 7 Fakta Stefandy Yanata, Selebgram Yang Cinta Dunia Seni. *Idntimes.com* <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/yogie/bfa2018-7-fakta-stefandy-yanata-selebgram-yang-cinta-dunia-seni-1/7>
- Flocker, Michael. 2003. *The Metrosexual Guide to Style : A Handbook for the Modern Man*. USA : Da Capo Press
- Hall, Matthew. 2015. *Metrosexual Masculinities*. London : Palgrave Macmillan
- Hall, Stuart. 2003. *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*. London : Sage Publications Ltd
- Ida, Rachmah. 2011. *Metode Penelitian : Kajian Media dan Budaya*. Surabaya : Airlangga University Press
- Jandt, Fred E. 2004. *An Introduction to Intercultural Communication : Identities in a Global Community*. London : Sage Publications
- Kompas.com. 2017. Percaya Diri dengan Tampil "Matching". <https://biz.kompas.com/read/2017/09/06/125359828/percaya-diri-dengan-tampil-matching>
- Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Rosda
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Sunardi, ST. 2004. *Semiotika Negative*. Yogyakarta : Buku Baik
- Suryadi, Dede. 2015. Pemuda 19 Tahun Menangkan Sebuah Nissan March Dari Kompetisi MarchInVashion. *Autonetmagz.com* <https://autonetmagz.com/pemuda-19-tahun-menangkan-sebuah-nissan-march-dari-kompetisi-marchinvashion/27253/>
- Trisnawati, RT Dwi Septya. 2018. Konsep Diri Pria Metroseksual Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Fenomenologi. Skripsi. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/32429/10/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>