BAB I

PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era tahun 1990-an masyarakat dunia telah mengenal film James Bond yang pemeran utamanya selalu pria tampan dan pesolek. Film ini memang sudah ada dan dikenal sejak tahun 1970-an, tetapi mulai marak ketika muncul pemeran utama baru dalam film tersebut yang bernama Pierce Brosnan (SWAsembada, 2004: 25). Hampir semua pemeran utama dalam film tersebut memiliki penampilan yang *dendi* dengan busana dan aksesorisnya yang *stylish*. Penampilan ini membuat semua orang yang melihat ingin menirunya, sehingga gaya tersebut menjadi *tren* pada saat itu.

Seiring dengan munculnya *trend* tersebut muncul juga istilah baru yang disebut dengan *metrosexual*. Istilah ini diperkenalkan oleh Mark Simpson (kolumnis *fashion* Inggris) pada tahun 1994. Simpson mendefinisikan metroseksual secara sederhana sebagai laki-laki yang sangat mencintai dirinya, dan juga gaya hidup kota besar yang dijalaninya. *Metroseksual* juga disebut sebagai “*The new man*” karena *metroseksual* tidak bisa disamakan dengan *heteroseksual*, *homoseksual* atau *biseksual* (Kartajaya, 2004: 48).

Pria metroseksual mempunyai ciri yang sangat berbeda dengan pria pada umumnya karena mereka memiliki kebiasaan melakukan perawatan tubuh secara detil seperti wanita, dengan rajin pergi ke salon bahkan tidak segan mengeluarkan uang yang banyak untuk *manicure*, *padicure*, potong rambut, perawatan rambut

(*creambath, hair spa, smooting*, menghilangkan ketombe serta minyak), *facial body scrub* atau *massage* dengan aromaterapi (Metropolis, Jawa Pos 15 April 2007). Selain itu sebagian pria juga memiliki minat untuk sekedar berbincang di kafe dan hobi pergi ke *mall* untuk sekedar jalan-jalan dan melihat produk baru khusus pria, baik kosmetik ataupun pakaian. Produk yang diincar pun juga produk yang bermerek dengan harga yang sangat mahal karena pria *metroseksual* sangat menyukai produk bermerek (*brand-minded*). Oleh karena mereka membutuhkan banyak uang untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dari artikel tersebut (Metropolis, Jawa Pos, 15 April 2007), dijelaskan bahwa sebagian besar dari pria *metroseksual* melakukan perawatan tubuh untuk menjaga kebersihan, menjaga penampilan, mengikuti perkembangan mode, sebagai relaksasi, memperluas pergaulan dan relasi, dan yang tidak kalah penting adalah menjadi ajang untuk mencari klien bagi yang berprofesi sebagai pengusaha. Dari sumber yang berbeda, dalam artikel yang dimuat media SWAsembada (2004, 38-42), menjelaskan bahwa menjadi pria *metroseksual* karena beberapa hal, yaitu tuntutan pekerjaan yang mengharuskan dirinya untuk merawat tubuh sehingga merawat tubuh merupakan kewajiban bagi sebagian pria, jadi secara tidak langsung penampilan akan sangat menunjang keberhasilan seseorang (pria *metroseksual*) dalam bekerja.

Alasan-alasan yang dikemukakan pria *metroseksual* sebagaimana deskripsi tersebut, menurut Cross (dalam Hurlock, 1999:126), bahwa minat merawat diri melalui penampilan pada fase usia dewasa awal tidak hanya mencakup masalah pakaian, kerapian, perhiasan, tetapi juga mencakup daya tarik dan bentuk tubuh

yang sesuai dengan jenis kelaminnya. Minat pada masalah perkembangan fisik dan pematangan eksistensi diri ini menurut Freud (dalam Fromm, 1999:78) sebenarnya telah dipengaruhi oleh suatu ilusi tentang harapan-harapan yang muncul dari dorongan instink seksual dan perhatian terhadap keindahan tubuh, yang tidak jarang merubah perilaku seseorang ke arah penyimpangan. Hal ini dapat diartikan bahwa perhatian terhadap fisik tentang citra pada tubuh secara berlebih-lebihan dapat menimbulkan suatu pemahaman terhadap pentingnya keindahan tubuh dibandingkan dengan potensi-potensi kemampuan yang lainnya. Hal ini dipengaruhi oleh konsep diri yang terbentuk akibat citra tubuh yang berlebihan. Papalia, Olds, & Feldman (2001: 112), mengemukakan bahwa kegiatan atau situasi tertentu yang dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan secara tidak langsung akan membentuk konsep diri pada individu. Begitu juga dengan aktivitas merawat tubuh dan penampilan yang dilakukan secara berkesinambungan, sebagaimana yang dilakukan oleh pria metroseksual.

Dorongan instink sebagaimana dinyatakan dalam Fromm di atas tentang perhatian pada tubuh yang dipengaruhi oleh ilusi tentang harapan memunculkan suatu motivasi yang membuat individu melakukan berbagai upaya untuk memenuhi dorongan instink. Dalam hal ini seorang pria metroseksual, tidak segan-segan menghabiskan waktu dan tenaga juga keuangan untuk memenuhi harapan tentang tubuh dan penampilan yang ideal dalam konsep dirinya tentang penampilan, walaupun masalah metroseksual ini tergolong masih belum dapat diterima di kalangan masyarakat yang sebagian besar normatif. Namun belum

diterimanya keberadaan pria metroseksual tidak menjadikan pria yang memiliki minat merawat tubuh dan penampilan menjadi terhalang, karena di kota besar seperti di Surabaya tergolong mendapat peluang karena banyaknya salon kecantikan yang sudah tidak lagi memprioritaskan atau mengkhususkan pada konsumen perempuan, tetapi juga laki-laki.

Adanya kemudahan untuk memperoleh perawatan tubuh dan penampilan, seperti pusat kecantikan dan salon yang dulu hanya dikonsumsi oleh kalangan masyarakat kelas atas, tetapi sekarang sudah banyak bermunculan usaha jasa bidang tersebut yang mengambil segmen pasar masyarakat kelas menengah (Roosmeylia, 2006:9). Fenomena ini merupakan sesuatu yang menarik jika ditinjau dari tingkat perekonomian masyarakat Surabaya untuk dikaji sebagai bahan pertimbangan, karena biaya perawatan tubuh dan kecantikan masih relatif tinggi walaupun salon atau pusat kecantikan tersebut mengambil segmen pasar ekonomi masyarakat kelas menengah.

Dari segi tingkat ekonomi masyarakat Surabaya, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh badan independent, lembaga riset AC Nielsen (2005), tingkat *Socio Economic Status* (SES) dapat dikelompokkan berdasarkan belanja rutin bulanan rumah tangga seperti listrik, air, telepon, uang sekolah, uang rokok, uang bensin, dan lain sebagainya, tidak termasuk di dalamnya biaya untuk cicilan rumah, angsuran mobil, bayar arisan, tagihan kartu kredit, dan *entertainment* (nonton bioskop, makan diluar, membeli baju) pada masyarakat di Gerbangkertasusila (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Sidoarjo, Lamongan). Dari

data yang di *update* terakhir pada bulan Oktober 2006, SES pada masyarakat Surabaya dibagi dalam beberapa kelas, yaitu :

Tabel 1.1. Stratifikasi Ekonomi Sosial (SES) tahun 2006 Wilayah Gerbangkertasusila

Kategori SES	Belanja Rutin	%
Atas	$\geq$ Rp. 3.5 juta	6%
Atas Bawah	Rp. 2,25 < X < Rp. 3,5 juta	6%
Menengah Atas	Rp. 1,75 juta < X < Rp. 2,25 juta	13%
Menengah	Rp. 1,25 juta < X < Rp. 1,75 juta	24%
Menengah Bawah	Rp. 800 ribu < X < Rp. 1,25 juta	19%
Bawah Atas	Rp. 600 ribu < X < Rp. 800 ribu	21%
Bawah	< Rp. 600 ribu	11%

Sumber: Sekretariat Dinas Infocom Surabaya

Dari data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat kota Surabaya memiliki taraf perekonomian yang tergolong menengah (*middle class*). Hal tersebut diungkap dalam penelitian Roosmeylia (2006:112) bahwa sebagian besar masyarakat Surabaya yang menjadi konsumen salon atau pusat kecantikan berasal dari kelompok masyarakat kelas menengah.

Hal tersebut bagi peneliti merupakan suatu fenomena yang menarik, bahwa masyarakat kelas menengah begitu membutuhkan perawatan tubuh secara ekstra atau memilih untuk menjadi pria metroseksual yang memakan biaya yang relatif besar untuk satu kali perawatan, sedangkan perawatan tubuh biasanya dilakukan antara 2 – 3 kali dalam sebulan. Intensitas perawatan tubuh yang dilakukan pria metroseksual sebagian besar merasa dituntut berperilaku *glamour* dan *brand minded* untuk menjaga *image* atau sekedar memenuhi tuntutan gaya hidup di kota metropolis.

Berkaitan dengan deksiripsi tersebut, dari hasil survei yang mengambil responden mahasiswa dan karyawan berusia antara 18 – 40 tahun, (15 – 17 Mei 2005), dari 40 responden sebagian besar (60%) menyatakan tidak mendukung perilaku perawatan tubuh yang berlebihan yang umumnya dilakukan oleh pria metroseksual. Alasan yang diberikan subjek yang tidak mendukung eksistensi pria metroseksual sebagian besar adalah masalah perilaku yang identik dengan kehidupan *glamour*, pergaulan bebas, terkesan pemborosan, dan kurang memiliki empati sosial. Subjek yang mendukung keberadaan pria metroseksual memberikan alasan bahwa merawat tubuh adalah hal yang wajar, karena penampilan fisik seringkali menjadi faktor utama dalam menilai seseorang.

Dari adanya asumsi responden yang tidak mendukung pria metroseksual tersebut, dari hasil survey terhadap responden yang tergolong sebagai pria metroseksual diperoleh keterangan bahwa dalam kalangan pebisnis muncul anggapan bahwa pria berpenampilan menarik dinilai akan lebih berhasil daripada pria yang ceroboh terhadap penampilannya, namun responden perlu mengimbangi diri dengan kepribadian yang baik, intelegensi yang tinggi, serta memiliki kemampuan beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya.

Tanggapan responden dalam survey awal, baik yang mendukung atau tidak mendukung eksistensi pria metroseksual ditinjau dari alasan yang diberikan menunjukkan bahwa sikap responden dipengaruhi oleh konsep diri tentang pria pada umumnya, dan pria sebagai anggota masyarakat.

Hal tersebut menunjukkan bahwa konsep diri memegang peranan yang cukup penting dalam membentuk suatu perilaku sehari-hari dan sikap individu

terhadap suatu realitas dan minat-minatnya. Brooks (dalam Rakhmat, 1999:68), yang menyatakan, bahwa konsep diri adalah persepsi fisik, sosial, dan psikologis tentang diri kita yang diperoleh melalui pengalaman dan interaksi dengan orang lain. Konsep diri ini menurut Hurlock (1999:129), sangatlah penting dalam membentuk pribadi pada fase-fase perkembangan, terutama konsep diri yang positif.

Gunarsa dan Gunarsa (2003:48), menjelaskan bahwa seseorang dengan konsep diri yang positif akan terlihat lebih optimis, penuh percaya diri dan selalu bersikap positif terhadap segala sesuatu, juga terhadap kegagalan yang dialaminya. Kegagalan bukan dipandang sebagai kematian, namun lebih menjadikannya sebagai penemuan dan pelajaran berharga untuk melangkah ke depan. Orang dengan konsep diri yang positif akan mampu menghargai dirinya dan melihat hal-hal yang positif yang dapat dilakukan demi keberhasilan di masa yang akan datang. Demikian halnya dengan usaha-usaha yang dilakukan oleh pria metroseksual dengan merawat tubuh secara ekstra yang memiliki alasan sebagai usaha yang mendukung karier atau pekerjaan, selain menjaga penampilan pribadi yang menunjukkan keunikan identitas pribadinya.

Berkaitan dengan hal tersebut, Hurlock (1999:128), menjelaskan bahwa minat untuk merawat tubuh pada usia dewasa awal dapat dipengaruhi oleh konsep diri tentang pentingnya suatu potensi yang dapat menarik lawan jenis. Rostamailis (2005:27), menyatakan bahwa tubuh memegang peranan penting dalam kehidupan seseorang, bagi olah ragawan atau seorang peragawati dan foto model, tubuh merupakan suatu aset yang harus dijaga dan dirawat sebaik-baiknya dan bahkan secara ekstra. Konsep diri seseorang yang menyebut tubuh sebagai suatu aset yang

memiliki nilai uang ataupun nilai yang lainnya juga dipengaruhi oleh latar belakang profesi yang digelutinya.

Dari uraian yang telah di deskripsikan beserta hasil penelitian terdahulu dan teori yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah ini, maka peneliti merasa perlu mengkaji lebih dalam mengenai konsep diri pria metroseksual karena di dalam konsep diri terdapat banyak aspek yang dapat mengungkap alasan atau motivasi para pria metroseksual melakukan aktivitas “mempercantik diri”.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada konsep diri dan juga hal-hal yang berhubungan dengan konsep diri termasuk hal-hal yang mendukung terbentuknya konsep diri tersebut setelah menjadi pria metroseksual yang tinggal di kota Surabaya. Konsep diri yang akan dikaji dalam penelitian ini meliputi diri identitas (*identity self*), diri perilaku (*behavioral self*), diri penilai (*Judging self*), keadaan diri fisik (*physical self*), moral etik (*moral-ethical self*), sebagai pribadi (*personal self*), dan anggota keluarga (*family self*), serta diri sosial (*social self*).

Subjek dalam penelitian ini adalah pria metroseksual yang berusia antara 18 – 40 tahun, dan tinggal di Surabaya. Pria metroseksual adalah pria yang gemar merawat tubuh di salon seperti *manicure*, *padicure*, *facial*, potong rambut, perawatan rambut dan *body scrub* atau *massage*, atau pria yang diketahui memiliki intensitas yang tinggi dalam menggunakan jasa perawatan kecantikan seperti di salon dan pusat kecantikan serta spa.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menggali informasi tentang pria metroseksual sehingga dapat dideskripsikan konsep diri pria metroseksual dan faktor-faktor yang membentuk konsep diri pada pria metroseksual.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis :

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan atau informasi dalam bidang psikologi perkembangan dan psikologi sosial yang berkaitan dengan proses kematangan dan pembentukan konsep diri serta masalah yang berkaitan dengan hubungan sosial.

2. Manfaat Praktis :

a. Bagi masyarakat

Memberikan wacana baru bagi masyarakat umum mengenai konsep diri pria metroseksual sehingga masyarakat dapat mengetahui dan menerima keberadaan pria metroseksual, mengingat fenomena ini masih baru dan belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas.

b. Bagi Subjek penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi subjek, bahwa dengan konsep diri yang positif dapat dimiliki dengan perasaan puas (menerima) keadaan fisik. Demikian halnya jika seseorang merasa tidak puas dan menilai buruk keadaan fisik, maka konsep diri juga negatif

atau akan memiliki perasaan rendah diri, dan kurang mendukung dalam melakukan berbagai aktivitas sosial.

c. **Bagi Jasa Pelayanan Kecantikan**

Dari penelitian ini diharapkan bahwa dengan mengetahui gambaran konsep diri pria metroseksual dengan segala aspek-aspek yang terkait didalamnya diharapkan dapat menjadi acuan dalam peningkatan pelayanan konsumen jasa perawatan tubuh dan kecantikan.