

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Identitas akan pria dan wanita yang tidak akan pernah lepas menjadi salah satu alasan mengapa metroseksualitas ini menjadi sesuatu yang menarik. Pasalnya, nilai-nilai dan norma-norma yang sudah ada sejak dulu sudah terpatenkan di dalam masyarakat. Pemaparan dari Whitehead dan Barret (dalam Connor, dkk, 2021, hlm. 1) menjelaskan bahwa identitas dari maskulinitas ini merupakan istilah yang luas dan dapat di definisikan sebagai konstruksi sosial, meliputi dari perilaku, bahasa, praktik di dalam budaya sosial yang secara spesifik, serta di lokasi organisasinya, juga mendefinisikan perilaku non-feminin diasosiasikan dengan perilaku pria.

Penjelasan diatas memberikan pemahaman bahwa sesuatu diluar perilaku maskulinitas merupakan lawan dari perilaku tersebut. Ini menunjukkan bahwa dengan adanya perilaku yang dilihat sebagai sesuatu yang feminin merupakan sebuah nilai yang tidak sesuai di dalam masyarakat untuk dimiliki oleh seorang pria. Pasalnya, secara norma, maskulinitas traditional selalu mengasosiasikan pria untuk menunjukkan dan mengedepankan kekuatan dan dominasi akan sekitar atau orang lain, dan melekatkan akan restriktif stereotip yang mengharuskan mereka untuk menjadi indepen, kuat serta tangguh. (Courtney dalam Connor, dkk, 2021, hlm. 1)

Selaras dengan penjabaran dari Klein (dalam Giatzitoglu, 2022, hlm. 2) atribut-atribut dari kebanyakan akan sifat maskulin pada pria didefinisikan dan nilai dari diri mereka melalui kekuataan, Hearn (dalam Messerschmidt, 2019, hlm. 87) memberikan penjelasan yang berkaitan dengan Klein, memaparkan bahwa representasi dari budaya maskulin yang hegemonik biasa digambarkan dengan ketangguhan, agresivitas, dan kekerasan. Dari sana, kita dapat mendapatkan gambaran bahwa maskulin yang hegemonik tergambarkan dengan minim atau sedikitnya sisi feminin di dalam nilai-nilai dan norma-norma akan maskulinitas di dalam masyarakat.

Adanya peningkatan terhadap pria-pria yang memiliki perhatian lebih terhadap penampilan di dalam masyarakat menjadikan adanya perubahan di dalam lingkungan sosial dan budaya. Hal ini dapat dilihat dari adanya perkembangan di dalam produk-produk untuk pria di pasaran yang dulu terhitung terbatas. Nilai dan norma yang sudah ada lama pun berusaha menyesuaikan dan berkembang, namun tidak sepenuhnya positif di dalam perkembangan terkait gaya hidup metroseksual ini.

Nilai dan norma yang ada di dalam masyarakat akan terus berkembang, dari berbagai segi. Salah satunya adalah perkembangan dari adanya pria metroseksual di dalam kehidupan modern. Istilah metroseksual ini merupakan gambaran dari pria-pria yang mengedepankan akan penampilan mereka. Simpson memaparkan (dalam Steinberg, dkk. 2006, hlm. 289) definisi metroseksual sebagai tipikal pria muda dengan uang untuk dibelanjakan, hidup di dalam atau dapat menggapai kehidupan di kota metropolitan, dengan adanya toko-toko, klub, gym, dan penata rambut terbaik.

Adanya metroseksual yang dikenal juga dengan istilah '*new masculinity*' ini memberikan ranah untuk para pria mengenyampingkan akan nilai-nilai akan maskulinitas hegemonik dan lebih terhubung dengan sisi feminin yang terbilang lebih manusiawi. Pemaparan dari Falabella (2000, hlm. 63) menjelaskan bahwa dengan adanya '*new masculinity*' ini mereka bukan hanya mengedepankan identitas, status dan opini politik mereka, namun juga memberikan jalan untuk memberikan hidup yang terpenuhi dan menjadi individu yang lebih untuk dan tidak menjadi pria yang terisolasi. Ekspresi identitas metroseksual ini menjadi salah satu cara pria-pria di masyarakat untuk menunjukkan dirinya.

Secara norma, maskulinitas dalam pandangan Sexton (dalam Carrigan, 1985, hlm. 562) dimana dalam penjelasannya dikatakan bahwa maskulinitas merupakan perilaku yang memegang akan nilai-nilai maskulinitas dan mengikuti perilaku pria, sesuai dengan norma. Norma tersebut tertanam di dalam masyarakat sejak lama. Hal ini tidak selaras dengan adanya metroseksual yang memiliki kecenderungan perilaku yang di dalam norma biasa diasosiasikan dengan perilaku wanita, dan bukan perilaku pria pada umumnya.

Namun, dengan begitu, perkembangan akan zaman semakin meluas dan menjadikan budaya-budaya baru ada di dalam masyarakat. Contohnya adalah budaya pria-pria metroseksual yang dipaparkan oleh beberapa peneliti tentang adanya nilai-nilai metroseksualitas sejak tahun 1980-an dengan ‘*new man*’ yang terhubungan secara lebih mendalam dengan sisi femininnya (Mort, 1996; Nixon, 1993), pada era 90 dengan istilah yang lebih kuat ‘*new lad*’ (Crewe, 2003), the *ubersexual* (Salzman, dkk, 2005), *retrosexual* (Shahani, 2008) dan baru-baru ini dengan istilah *spornosexual* (Simpson, 2004) (dalam Mitchel dan Lodhia, 2017, hlm. 1).

Hall, dkk, (2012, hlm. 19) memberikan penjelasan dimana di masa yang modern ini, banyak dari pria-pria memiliki perhatian khusus akan penampilan mereka, menginvestasikan akan waktu dan uang untuk penampilannya, melalui diet dan pilihan gaya hidup yang sesuai, runtutan aktifitas fitness serta memberli produk-produk pakaian, aksesori, sampai kosmetik. Pria-pria metroseksual ini memberikan usaha lebih dalam menjunjung penampilan yang layak dalam standarnya.

Dicetuskannya istilah metroseksual oleh Simpson (1994; dalam Hall, dkk, 2012, hlm. 210) menjelaskan akan pergeseran dari presentasi identitas diri dari pria-pria yang memiliki kecenderungan feminin. Digambarkan dari mengutamakan penampilan, mengutamakan nilai-nilai yang dianggap perilaku akan seorang wanita yang bersifat feminin. Adanya metroseksualitas ini menjadikan ranah baru akan identitas seorang pria di dalam masyarakatnya. Hal ini tidak memberikan pengecualian karena pada umumnya perilaku metroseksual ini tidak menghilangkan akan identitas maskulin mereka.

Perkembangan dari pria metroseksual ini dapat dilihat dari hasil survei YouGov Omnibus pada 2019 yang menemukan 1 dari 30 pria menggunakan makeup, dan satu dari delapan orang menggunakannya untuk mengekspresikan identitas dan kreativitasnya (Yahoo Finance, 2022). Hal tersebut terus berkembang dengan seiringnya zaman. Survei tersebut pun menunjukkan akan adanya proses yang bertolak belakang dengan nilai dan norma maskulinitas di budaya masyarakat terkait dengan pria yang memiliki kecenderungan kebiasaan yang di nilai tidak sesuai dengan perilaku seorang pria.

Nielsen pun mendapatkan hasil survei yang memaparkan perkembangan sebesar 14% terjadi pada banyaknya pria-pria yang mengikuti mode pakaian terkini dalam kurun lima tahun kebelakang, dan ada 69% pria di Australia yang setidaknya menggunakan satu produk perawatan diri. (Yahoo Finance, 2022). Perkembangan akan produk-produk yang ditujukan terhadap pria-pria tersebut berkembang bersamaan dengan banyaknya pria-pria yang mengusung gaya hidup metroseksual.

Di Indonesia, diambil dari hasil survei dengan pengguna ponsel pintar di Indonesia dengan kelompok usia 16-45 tahun didapati bahwa 31.90% responden menjadikan Morgan Oey sebagai tokoh aktor yang menggambarkan Pria Metroseksual. Sedangkan, 43.06% mengasosiasikan Afgan sebagai penyanyi pria yang identik dengan pria metroseksual. Penerimaan akan pria metroseksual pun ditunjukkan dengan 91.74% responden wanita yang lebih memilih pria yang maskulin ketimbang pria metroseksual dan 76.04% responden pria lebih menasumsikan dirinya sebagai pria maskulin. (Jakpat, 2016). Dapat diambil kesimpulan bahwa wanita atau pria di Indonesia masih lebih memilih “maskulin” dibandingkan “metroseksual.”

Penjelasan dari Kaplan (dalam Marsel, 2021, hlm. 221) menjelaskan bahwa bentuk dari maskulinitas baru (*new masculinity*) memiliki kecenderungan feminin walau pun secara konteksnya masih ambigu karena maskulinitas baru membahas akan dua topik berbeda dimana pertama membahas akan sifat konsumtif yang diasosiasikan dengan metroseksualitas dan yang lainnya berhubungan dengan pergerakan akan liberasi pria-pria untuk menekankan akan keautentikan, pemahaman diri, dan pencarian jati dirinya. Ini merupakan salah satu upaya dari mereka pria metroseksual dengan mengkonstruksi identitas dirinya dengan menunjukkan perilaku-perilaku yang ada di dalam maskulinitas baru tersebut.

Perkembangan dari nilai-nilai maskulinitas baru pun didapatkan dari pemaparan dari Song (2020, hlm. 7) dimana contoh metroseksual dapat tergambarkan dari fenomena K-Pop di Korea Selatan. Ini dijelaskan dengan adanya istilah-istilah yang merujuk terhadap metroseksualitas, sebagai berikut “*versatile masculinity*” (Jung, 2011), “*overlapping masculinity*” (Anderson, 2014), dan “*alternative masculinity*.” (Oh, 2015).

Adanya fenomena tersebut menjadikan adanya budaya baru yang berkembang di dalam masyarakat dengan metroseksualitas berada di dalam media.

Pemaparan diatas selaras dengan penjelasan dari Segen dan Podoshen (Mitchell, 2017, hlm 2-3) yang dimana menurutnya pria metroseksual tergambarkan dengan perilaku mereka yang memiliki ketertarikan akan mode walaupun, secara umum perilaku tersebut biasa terasosiasikan dengan wanita muda yang secara umum lebih wajar dalam mengikuti perkembangan akan mode, dibandingkan dengan pria. Sikap yang dianggap feminin tersebut menjadi salah satu perilaku yang ada di dalam pria-pria metroseksual.

Walaupun secara umum, adanya metroseksualitas ini tidak menjadi hal keseluruhannya buruk, Hall, dkk (2012, hlm. 210) memberikan penjelasan bahwa biarpun adanya re-konstruksi dari budaya sosial dengan hadirnya konsumen pria-pria metroseksual akan produk-produk perawatan diri, ini tidak menjadikan adanya perubahan akan dasar dari maskulinitas yang bersifat hegemonik. Hal tersebut merupakan salah satu sisi yang tak berubah di dalam masyarakat akan maskulinitas. Namun tidak menutup kemungkinan adanya pelabelan, stigma, hingga steretip negatif akan pria metroseksual yang secara umum di dalam masyarakat dipandang sebagai sesuatu yang baru hingga tabu.

Maskulinitas yang sifatnya tidak ada restriksi ini tidak memberikan penerimaan secara mudah akan metroseksual di dalam masyarakat. Partiarki yang masih kental di dalam masyarakat menjadi salah satu alasan kenapa perilaku feminin dipandang lebih rendah dan memalukan. Pemaparan dari Baker (dalam Nasir, 2007, hlm. 3) selaras dengan maskulinitas yang tidak terestriksi, menurutnya pria merupakah mahluk yang bebas dan memiliki hak untuk melakukan apapun tanpa adanya beban norma-norma akan kepantasan dan kesopanan di dalam masyarakat. Ini pun menjadi pemicu yang tidak diinginkan untuk stigma, stereotip negatif, hingga label yang di dapatkan pria-pria dengan kecenderungan memperhatikan penampilan diri mereka karena memiliki pandangan bertentangan dengan pemaparan diatas.

Donaldson (1993, hlm.1) memberikan penjelasan bahwa seorang pria akan terlihat sangat *macho* dan benar-benar pria identik dengan rokok, alkohol dan kekerasan. Nilai

maskulinitas tersebut memberikan pandangan bahwa diluar itu, pria-pria yang tidak merokok, meminum alkohol dan berkelahi adalah bukan pria seutuhnya. Ini menyebabkan tertanamnya nilai diskriminasi akan pria lainnya.

Pemaparan dari Vigorito dan Curry (1999, hlm. 1) memberikan penjelasan bahwa perubahan kondisi dari pencitraan diri seorang pria dapat dilihat dari cara mereka berpakaian, penampilan, bentuk aktivitas, cara mereka bergaul, pola cara mereka menyelesaikan masalah, ekspresi bersifat verbal atau non-verbal sampai jenis aksesoris yang mereka kenakan. Hal-hal tersebut dapat menjadi hal menonjol untuk pria metroseksual yang umumnya terlihat lebih rapih dan tertata akan penampilannya.

Fenomena akan LGBT ini menjadi salah satu pemicu akan adanya stigma, label, hingga stereotip negatif akan pria-pria metroseksual. Penjelasan dari Burroughs (dalam Bree, 2004, hlm. 1) memberikan salah satu penjelasan bahwa timbulnya stigma yang melekat pada pria metroseksual terkait label dan stereotip adalah mereka mendapatkan label sebagai seorang homoseksual. Ini merupakan hasil dari sisi feminin yang biasanya dikaitkan dengan pria gay dengan orientasi seksualnya.

Selaras dengan penjelasan Burroughs, Demetriou (dalam Allen, 2007, hlm. 148) adanya pemikiran akan pria metroseksual termasuk ke dalam pria-pria dengan orientasi homoseksual adalah budaya akan pria gay sudah di hibridasi dan elemen konstitutifnya tergabung dengan maskulinitas hegemoni di masa modern ini. Ia menjelaskan bahwa ini terjadi karena dengan semakin nampaknya ekspresi diri dari pria gay dalam budaya komoditasnya yang memberikan ruang akan penunjukan juga sisi feminin di dalam masyarakat.

Pasalnya, dengan kedua fenomena ini, satu merupakan hal yang tidak sepenuhnya dianggap negatif walaupun masih belum sepenuhnya dipahami, dan juga terhubung dengan fenomena lainnya yang masyarakat di budaya ketimuran dianggap menyimpang. Hal ini dijelaskan oleh Hall, dkk (2012, hlm 210) yang bahwa perilaku metroseksual dipandang feminin dan dianggap menentang nilai-nilai maskulinitas, menjadikan tidak sedikit orang yang mengasosiasikan perilaku metroseksual dengan orientasi homoseksual. Ini menjadikan pria metroseksual mendapatkan pandangan yang kurang

baik karena pemahaman tersebut yang pada umumnya pria metroseksual tidak berarti seorang gay sedangkan seorang pria gay bisa memiliki kehidupan metroseksual.

Penelitian dalam Harrison (2008; dalam Hall, dkk, 2012, hlm. 212) menyatakan bahwa selain dari penggunaan akan kosmetik untuk TV, baju mewah, *drag queen*, dan aktifitas serupa adalah salah satu perilaku yang terbilang ekstrim dari upaya perawaatan diri yang dilakukan oleh Metroseksual. Unsur-unsur yang dipaparkan diatas dan temuannya menunjukkan bahwa hal-hal feminin tersebut adalah salah satu perilaku yang dapat memicu adanya sebuah stigma kurang baik terhadap pria metroseksual itu sendiri.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya “*A Progression and a Regression at the Same Time*”: *Hybrid Masculinities and Entrepreneurial Selfhood*” (Banet-Weiser, 2012; Duffy, 2015; Gill & Scharff, 2011; Harris, 2004; Tasker & Negra, 2007 dalam Whitmer, 2016, hlm. 116) menunjukkan salah satu proses ekspresi identitas mereka dalam mengkonstruksi dirinya sebagai metroseksual adalah dengan pola *self-branding* melalui penunjukan pola hidup dan blog mode yang mereka lakukan. Ini tergambar sebagai hal yang feminin, sedangkan pria-pria metroseksual merupakan individu-individu yang memperhatikan hal-hal tersebut.

Alasan lainnya didapatkan dari penelitian dari Pompper (2010, hlm. 690) menjelaskan dalam hasil penelitiannya nya didapatkan bahwa dengan adanya perilaku feminin atau dideskripsikan sebagai perilaku non-heteroseksual, seperti meluruskan rambut, mewarnai dan menata rambut; perawatan wajah dan bedah plastik kosmetik; perawatan kuku; mengunjungi tempat spa; pijat; berdandan; bersih tanpa kumis dan janggut; alis yang tapi, menggunakan lotion, dan krim anti-kerut; serta mencukur rambut bagian tubuh menjadi individu mendapatkan label “laki-laki cantik (*pretty boy*),” “sadar penampilan (*image conscious*),” “berorientasi terhadap mode (*fashion orientated*),” “pembawa dompet panjang (*carrying a manpurse*),” dan “penunjuk akan sisi feminin (*showing your feminine side*).”

Hal diatas menunjukkan beberapa label dan stereotip negatif akan pria metroseksual yang identitasnya dikaitkan dengan orientasi homoseksual. Pompper (2010, 690) pun memaparkan bahwa pria-pria lebih tua memandang pria-pria muda metroseksual tidak

lagi memiliki daya tarik terhadap wanita karena penampilan mereka. Diskriminasi yang didapatkan tersebut dapat menjadi pemicu akan konstruksi identitas akan pria metroseksual yang merasa dirinya mendapatkan stigma buruk dari masyarakat. Pandangan dari orang-orang yang lebih tua dengan budaya yang berbeda zaman menjadi salah satu alasan gaya hidup metroseksual dianggap menyimpang.

Menjadi sebuah gaya hidup dan bukan sebagai sebuah proses penunjukan orientasi seksual, gaya hidup metroseksual tidak sepenuhnya diterima secara positif di dalam lingkungan masyarakat. Penelitian Konsep Diri Pria Metroseksual Kota Surabaya yang ditulis oleh Marza Aprilia Hasandra menunjukkan bagaimana gaya hidup metroseksual mempengaruhi lingkungan masyarakat menilai pria-pria yang memiliki gaya hidup tersebut.

Di dalam penelitian berjudul *I'm METRO, NOT Gay!* yang dilakukan oleh Matthew Hall, dkk, menunjukkan bahwa analisis terkait youtuber pria yang menggunakan kosmetik di kehidupan sehari-harinya dan mengasosiasikan hal tersebut dengan metroseksual. Persepsi yang didapati terkait pria yang merawat diri, merawat kulit mereka hingga penggunaan kosmetik diasosiasikan dengan orientasi seksual gay. Penelitian *Looking at the Label: White-Collar Men and the Meaning of "Metrosexual"* dari Erynn Masi de Casanova, dkk, membahas bagaimana pria-pria kantor mengartikan akan metroseksual. Serta bagaimana hubungan antara label metroseksual, gay, dan heteroseksual dengan gaya hidup metroseksual.

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman lebih dalam dalam memahami dan mengetahui perkembangan akan kelompok dan nilai baru di dalam masyarakat dengan hadirnya pria metroseksual. Alih-alih melihat dan menilai pria-pria metroseksual melalui sudut pandang yang negatif dan mengasosiasikan mereka dengan disorientasi seksual, sudah saatnya semua kalangan mendapatkan pengertian terkait pria metroseksual dengan gaya hdiup yang mereka miliki di lingkungan yang terus menerus berkembang ini.

Alasan diatas menjadikan ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian terkait pria metroseksual. Stigma yang ada menjadikan adanya kesenjangan diantara masyarakat

dengan pandangan mereka kepada pria-pria metroseksual yang sering diselaraskan dengan orientasi seksual gay.. Terlebih, penelitian terdahulum khususnya di dalam ranah konstruksi identitas terkait pria-pria metroseksual dengan masyarakat berstigma belum banyak dan jika terkait dengan metroseksual, hanya berhubungan dengan konsumerisasi akan produk di pasaran, konsep diri mereka saja.

Beberapa alasan kenapa peneliti memilih untuk melakukan penelitian ini adalah untuk memahami konstruksi identitas akan pria metroseksual itu sendiri dengan informan pria dewasa di kota Bandung dari kelompok usia 21-35 tahun dengan gaya hidup metroseksual di dalam kehidupan sehari-harinya.

Pertama, pengalaman akan pria metroseksual berada di dalam masyarakat yang belum sepenuhnya menerima dan memahami gaya hidup terkait menjadi alasan dasar dilakukan penelitian ini.

Kedua, fenomena yang menarik ini menjadi alasan lain untuk peneliti lakukan. Pasalnya fenomena dimana pria dewasa yang memiliki kecenderungan yang dianggap feminin serta nilai dan norma yang menurut masyarakat diluar maskulinitas ini menimbulkan rasa penasaran peneliti akan topik ini.

Ketiga, dengan adanya stigma, label, dan stereotip negatif yang didapatkan karena dikaitkannya pria metroseksual terhadap fenomena lainnya yakni orientasi seksual gay membuat peneliti mengusung topik ini guna mendapatkan hasil peneltian tentang konstruksi diri mereka di dalam lingkungan bermasyarakat dengan stigma.

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan metode penelitian kualitatif. Hal ini dilakukan peneliti untuk mendapatkan hasil dari informan mengenai konstruksi identitas mereka sebagai pria metroseksual Bandung yang berada dalam kelompok usia 21-35 tahun.

Studi kualitatif ini merupakan penelitian yang mengutamakan kualitas akan sebuah kejadian/ fenomena yang terjadi di lingkungan sosial yang nantinya akan dijadikan

kedalam pembelajaran untuk suatu pengembangan teori mendatang. (Satori, 2009, hlm. 22)

1.2 Rumusan Masalah

Melalui uraian dari latar belakang, peneliti dapat menarik dan mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep metroseksual dimaknai sebagai gaya hidup pelakunya?
2. Bagaimana pria metroseksual mengkonstruksi identitasnya ditengah stigma masyarakat?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubung dengan rumusan masalah yang sudah peneliti paparkan, kesimpulan yang dapat ditarik adalah tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk memahami pemaknaan pria metroseksual akan gaya hidup metroseksualnya tersebut.
2. Untuk memahami proses konstruksi identitas dari pria metroseksual di tengah masyarakat dengan stigma.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Segi Teoretis

Melalui segi teoretis, peneliti berharap dapat menjadi lanjutan dari penelitian Ilmu Komunikasi pada ranah Komunikasi, Sosiologi dan Psikologi terkait dengan konstruksi identitas di dalam lingkungan yang masih belum terbuka akan ide-ide tentang metroseksual. Juga, memberikan sumbangan keilmuan dalam pembahasan, acuan penelitian, dan kajian penulisan mengenai konstruksi identitas.

1.4.2 Segi Kebijakan

Peneliti berharap bisa memberikan pemahaman, sikap dan kebijakan terkait dengan pria metroseksual menghadapi isu mereka di dalam masyarakat yang masih belum

memahami gaya hidup metroseksual yang dimiliki. Juga, menjadikan penelitian ini sebagai salah satu bacaan yang dapat membuka pemikiran dan pemahaman orang-orang diluar dari pria-pria metroseksual.

1.4.3 Segi Praktik

Peneliti mengharapkan penelitian ini diharapkan bisa menambahkan informasi serta gambaran kepada para pembaca umum atau para peneliti mendatang dengan memberikan informasi lebih dalam mengenai pria metroseksual di kota Bandung. Terakhir, diharapkan dengan adanya penelitian ini, manfaat dan tambahan edukasi kepada setiap pembaca penelitian ini.

1.4.4 Manfaat Aksi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dorongan untuk pemahaman yang lebih mendalam terkait gaya hidup yang dilakukan pria-pria metroseksual dan dapat berkontribusi di dalam masyarakat untuk memberikan penunjukan sisi positif mereka sebagai bagian di dalam lingkungan sosial. Juga, menambahkan wawasan yang lebih dalam untuk masyarakat umum agar bisa membedakan, memahami, dan tidak memberikan stigma negatif terhadap pria-pria yang memiliki gaya hidup metroseksual.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Struktur organisasi dalam penulisan skripsi ini perlu dijabarkan agar dapat memberikan penjelasan secara mendalam akan prosedur yang dilakukan oleh peneliti guna syarat untuk memenuhi penulisan karya ilmiah. Uraian struktur penelitian yakni sebagai berikut :

Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang mengenai alasan kenapa penelitian ini dilakukan. Susunan yang ada di dalam bab I ini berisikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan struktur organisasi penulisan skripsi.

Bab II : Kajian Pustaka

Bab ini berisikan akan teori-teori, konsep-konsep yang dianggap relevan dengan penelitian. Termasuk ke dalam bab II, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan juga paradigma penelitian yang relevan dan memberikan deskripsi teori, konsep, dan hasil dari penelitian ini serta hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan metode yang relevan dengan penelitian. Di mulai dengan desain penelitian yang berisikan sebelas pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, subyek penelitian, Teknik pengumpulan data, dan uji keabsahan data

Bab IV : Temuan dan Pembahasan

Bab ini menguraikan hasil dan pembahasan dari hasil pengumpulan data dari pria metroseksual akan makna gaya hidup sebagai pria metroseksual serta konstruksi identitas mereka di dalam masyarakat kota Bandung.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Menjelaskan hasil dari penelitian dan memberikan masukan saran berhubungan dengan hasil penelitian dan rekomendasi.