

Representasi identitas dan *fashion* pria metrosexual di sosial media Instagram Vidi Aldiano

Aisha Alya
Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
aishaalya.2022@student.uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menginvestigasi fenomena *fashion* dalam konteks budaya metroseksual yang semakin merajalela di kota-kota besar. Fokus penelitian terkonsentrasi pada pria menengah atas dan seniman ibukota, dengan Vidi Aldiano sebagai salah satu objek penelitian yang terpilih. Metode penelitian didasarkan pada teori simiotika untuk mengungkap makna- makna yang tersemat dalam gaya hidup dan penampilan Vidi Aldiano melalui postingan Instagram-nya. Budaya metroseksual, yang mencerminkan perhatian pria terhadap penampilan dan gaya hidup modern, menjadi fenomena yang menarik untuk dikenang. Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya ini khususnya populer di kalangan pria menengah atas dan artis ibukota, menunjukkan adanya aspirasi tertentu terkait penampilan di lapisan masyarakat tertentu. Vidi Aldiano, sebagai subjek penelitian, menjadi representasi dari pria metroseksual dalam konteks kota-kota besar. Analisis menggunakan teori simiotika mengungkapkan kesesuaian antara karakteristik pria metroseksual dan penampilan Vidi Aldiano dalam postingan Instagram-nya. Penelitian ini menyoroti penggunaan simbol dan tanda dalam elemen *fashion* yang diakui oleh masyarakat sebagai atribut pria metroseksual. Dengan demikian, temuan penelitian mengonfirmasi bahwa Vidi Aldiano secara konsisten mengadopsi karakteristik pria metroseksual dalam penampilan di media sosial. Ini melibatkan pemilihan busana, gaya rambut, dan elemen-elemen lain yang membentuk citra metroseksual. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang bagaimana simbol dan tanda dalam *fashion* dapat mencerminkan budaya dan identitas pria metroseksual di kota-kota besar saat ini.

Kata kunci : *fashion*, metroseksual, simiotika, Vidi Aldiano

Abstract

This study investigates the phenomenon of fashion in the context of metrosexual culture which is increasingly rampant in big cities. The focus of the research is concentrated on upper-middle-class men and artists in the capital, with Vidi Aldiano as one of the selected research objects. The research method is based on the theory of symiotics to reveal the meanings embedded in Vidi Aldiano's lifestyle and appearance through his Instagram posts. Metrosexual culture, which reflects men's attention to modern appearance and lifestyle, is an interesting phenomenon to remember. The study shows that this culture is particularly popular among upper-middle-class men and the capital's artists, suggesting that there are certain aspirations regarding appearance in certain strata of society. Vidi Aldiano, as the subject of the study, became a representation of the metrosexual man in the context of big cities. The analysis using the theory of symiotica revealed the compatibility between the characteristics of metrosexual men and Vidi Aldiano's appearance in his Instagram post. This research highlights the use of symbols and signs in fashion elements that are recognized by society as attributes of metrosexual men. Thus, the findings of the study confirm that Vidi Aldiano consistently adopts the characteristics of metrosexual men in their appearance on social media. It involves the choice of clothing, hairstyles, and other elements that make up the metrosexual image. This research contributes to our understanding of how symbols and signs in fashion can reflect the culture and identity of metrosexual men in today's major cities.

Keywords: *fashion*, metrosexual, symiotika, Vidi Aldiano

A. PENDAHULUAN

Fashion adalah usaha seseorang dalam menutupi atau membusanai dirinya dengan gaya tertentu seperti pakaian, rambut, riasan dan aksesoris lainnya. Dalam ber-*fashion*, kenyamanan menjadi hal utama, namun di era saat ini selain kenyamanan tren juga diperhatikan oleh masyarakat agar lebih terlihat *fashionable*. Makna *fashionable* sendiri yaitu penampilan seseorang yang mengikuti tren terkini dan bersifat sementara karena selalu berubah setiap waktu serta berulang. Jadi sesuatu yang hari ini dianggap *fashionable*, bisa jadi setahun atau bahkan sebulan kemudian telah kadaluarsa (Ardani, 2015). Menurut sebagian orang, mengikuti tren *fashion* merupakan suatu keharusan dan bahkan tidak jarang seseorang berlomba-lomba untuk membuat tren *fashion*-nya sendiri.

Fashionista merupakan sebutan untuk seseorang yang gila dengan tren *fashion*. Para *fashionista* biasanya didominasi oleh kaum perempuan. Karena sebagaimana diketahui, wanita umumnya diidentikkan dengan sosok yang gemar bersolek dan mempercantik diri serta menaruh perhatian besar pada penampilan. Namun meski demikian, saat ini tidak sedikit kaum laki-laki yang juga melakukan hal serupa, para lelaki pesolek ini dikenal sebagai penganut gaya hidup metroseksual.

Metroseksual merupakan istilah yang mulai populer pada awal tahun 2000-an. Ini mengacu pada pria yang biasanya perkotaan, sadar mode, dan menjaga dandanan serta penampilannya (Yuliani, 2012). Istilah ini sering dikaitkan dengan gaya yang lebih halus dan canggih, namun penting untuk diperhatikan bahwa ini hanyalah stereotip dan tidak menggambarkan semua individu secara akurat. Pandangan masyarakat tentang maskulinitas dan dandanan telah berkembang sejak istilah ini diciptakan.

Saat ini, sosok dengan penampilan serupa tidak jarang kita temukan pada pria dewasa mapan, artis atau *influencer* berusia tiga puluh tahunan keatas, seorang nyanyi dan aktor yang bernama Vidi Aldiano. Vidi Aldiano adalah seseorang penyanyi kelahiran 29 maret 1990 yang dikenal sebagai seorang penyanyi, rapper, penulis lagu, aktor dan penulis lagu dengan penghasilan di atas rata-rata. Dalam akun media sosial instagranya,

Vidi memiliki gaya yang menarik dalam dunia fashion. Terlihat dari unggahan foto-fotonya, Vidi sangat peduli dengan penampilannya yang terlihat lebih halus, rapi dan bersih. Dengan postingan 3.883 ribu dan 2 juta pengikut intagramnya dikenal luas.

Perubahan gaya berpakaian pria seperti yang terjadi pada Vidi Aldiano secara tidak langsung mengkomunikasikan pesan-pesan nonverbal secara visual. Hal inilah yang ingin penulis teliti lebih dalam dengan menggunakan kajian ilmu semiologi dari Roland Barthes. Akan tetapi, dengan melihat beberapa tanda tersebut, tidak serta merta membuat Vidi Aldiano bisa dikategorikan sebagai pria metroseksual. Namun beberapa gaya berbusana Vidi seolah mendobrak gaya maskulinitas di kalangan pria-pria artis lainnya. Penggambaran bahwa pria harus menggunakan pakaian yang mencerminkan laki-laki sejati, tidak bercorak dan berwarna netral kini sudah tidak menjadi permasalahan dan jika terjadi secara terus-menerus tentu tidak menutup kemungkinan akan memunculkan mitos baru di masyarakat.

Adapun fokus dari penelitian ini adalah untuk mengkaji makna-makna dibalik tanda-tanda tubuh dan tanda-tanda fashion dari foto-foto Vidi Aldiano dalam akun instagram @vidialdiano.

B. TEORI

1. Metroseksual

Fenomena gaya hidup metroseksual di kota-kota besar di Indonesia telah menjadi perhatian publik dan sudah dilakukan beberapa penelitian sebelumnya terkait fenomena tersebut. Metroseksual adalah sebutan bagi sosok lelaki muda yang berdandan yang sangat peduli dengan penampilan (*performance*), tertarik pada *fashion* dan berani menonjolkan sisi femininnya, senang memanjakan diri dan menjadi pusat perhatian (Mopangga, 2010). Dalam berpenampilan seorang metroseksual juga sangat peduli dengan berbagai perawatan tubuh yang menurutnya lumrah dilakukan untuk menunjang mereka dalam berpenampilan. Menurut Fathia (2006), dalam penelitiannya yang

meneliti gaya hidup dan perilaku konsumen dalam pemilihan merk khususnya produk perawatan tubuh dan penunjang penampilan. Pada kenyataannya, pria dikota-kota besar cenderung terlihat terawat, rapih dan bersih dalam berpenampilan. Fenomena metroseksual sering dijumpai di kota besar seperti Jakarta, Surabaya dan lainnya. Namun disisi lain, pria metrosexual digambarkan sebagai sosok yang normal atau *straight*, *sensitive* dan terdidik, hanya saja mereka lebih mengedepankan sisi feminin yang mereka miliki.

Menurut Kottler dan Armstrong (1997) dan Kartajaya (2004), terdapat beberapa aspek pria dengan gaya hidup metrosexual yaitu terlihat dari kelas sosial, peran dan status sosial, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta gabungan dari motivasi, persepsi dan keyakinan akan sikap metrosexualnya. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap metrosexual menurut Kartajaya (2004) yaitu :

- a. Emansipasi wanita, dimana saat ini banyak wanita yang bekerja dan secara tidak langsung menggeser nilai-nilai pria. Selain itu, kebiasaan mempercantik diri juga menambah nilai promosi karyawan sehingga munculah pria metrosexual.
- b. Wanita sebagai bread-winner, hal ini menjadikan kebanyakan pria mengalami krisis identitas sehingga mereka berusaha merekonstruksi identitasnya dengan menjadi pria metrosexual.

2. Teori Semiotika Roland Barthes

Simiotika sebagai teori utama dalam penelitian ini. Teori Simiotika, dikembangkan oleh Roland Barthes. Barthes juga termasuk dalam jajaran tokoh besar di dunia semiotika. Menurutnya, semiotika adalah ilmu yang digunakan untuk memaknai suatu tanda, yang mana bahasa juga merupakan susunan atas tanda-tanda yang memiliki pesan tertentu dari masyarakat. Tanda di sini juga dapat berupa lagu, dialog, not musik, logo,

gambar, mimik wajah, hingga gerak tubuh. Beliau mencetuskan model analisis tanda signifikansi menjadi dua tahap atau biasanya disebut dengan *two order of signification*.

Dalam konteks penelitian ini, teori Simiotika digunakan untuk memahami bagaimana tanda-tanda bahasa khusus seperti perilaku, tindakan, sikap, karakter, dan nilai-nilai budaya Vidi Aldiano yang mencerminkan pria metrosexual. Roland Barthes (2017), memandang semiotika sebagai alat untuk mengungkap makna tersembunyi dalam tontonan sehari-hari. Berikut merupakan 3 tahap simiotika menurut Roland Barthes :

- a. Denotasi, di mana makna secara harfiah suatu objek atau citra diakui oleh individu dalam budaya yang sama. Gambar atau foto menyampaikan pesan denotatif langsung, dianggap sebagai kenyataan tanpa keraguan.
- b. Konotasi, yang menggambarkan interaksi antara tanda-tanda dengan perasaan pembaca dan nilai-nilai budayanya. Konotasi terjadi ketika makna bergerak ke arah subjektif atau intersubjektif, dipengaruhi oleh penafsir dan objek. Ini melibatkan aspek emosional dan nilai budaya.
- c. Mitos, di mana ideologi terwujud. Mitos membentuk sistem pemaknaan tatanan kedua dengan merangkai ideologi dalam suatu wahana. Dalam mitos, pertanda dapat memiliki beberapa penanda, dan mitologi memainkan peran penting dalam kesatuan budaya.

3. Representasi

Representasi adalah suatu konsep yang melekat dalam interaksi manusia dengan dunia di sekitarnya. Melalui penggunaan tanda dan simbol, manusia menciptakan makna, membangun pemahaman bersama, dan membentuk realitas yang diakui bersama. Representasi mencerminkan kompleksitas cara kita memahami dan berkomunikasi dalam masyarakat, dan menjadi inti dari konstruksi

pengetahuan dan budaya. (Mulyana, 2007)

4. Tanda-tanda Tubuh

Terkait dengan tanda-tanda tubuh, aspek nonverbal dari komunikasi melibatkan tanda dan kode yang dihasilkan dari persepsi tubuh sebagai entitas lebih dari sekadar zat fisik. Kedipan mata, isyarat tangan, ekspresi wajah, postur tubuh, dan tindakan fisik lainnya menjadi komunikasi nonverbal yang membawa makna budaya khusus dalam situasi sosial tertentu. Dengan kata lain, tanda-tanda tubuh tersebut membawa pesan yang relevan dengan konteks budaya dan sosial yang sedang berlangsung.

C. METODE

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial, budaya atau perilaku manusia. Selain itu, Metode penelitian kualitatif berguna untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang aspek-aspek yang sulit diukur dengan angka, seperti sikap, persepsi, dan pengalaman individu dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penulis berharap dapat memperoleh gambaran yang tepat dari representasi *fashion* metroseksual yang ditampilkan oleh Vidi Aldiano dalam akun instagramnya @vidialdiano.

D. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis mendapatkan hasil berupa representasi metroseksual dalam *postingan* dilakukan oleh Vidi Aldiano di akun instagram @vidialdiano. Dalam beberapa *postingan* foto-foto terlihat bahwa dalam konteks metroseksual Vidi sangat peduli dan memperhatikan lebih dalam tentang gaya hidup dan preferensinya dalam hal mode penampilan, perawatan diri, atau produk kecantikan yang dia gunakan. Pada tanggal 1 Februari, Vidi Aldiano juga memposting

dirinya menggunakan produk kecantikan "Somethinc" di akun instagram nya. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa Vidi juga peduli dengan kecantikan pada dirinya walaupun produk tersebut sudah berlabelkan "for men".



Gambar 1.

Fashion dapat berperan sebagai ekspresi identitas individu. Cara seseorang berpakaian, gaya, dan pilihan mode dapat mencerminkan kepribadian minat nilai dan budaya pribadi mereka. Jadi dapat dikatakan bahwa *fashion* menjadi salah satu cara seseorang mengungkapkan jati dirinya dan sebagai identitas setiap individu. Pada kasus ini, identitas pria sebagai metroseksual di dunia *fashion* sudah tidak jarang lagi. Karena pada era saat ini, tidak hanya wanita yang peduli dengan gaya dan kecantikan, banyaknya produk kecantikan untuk pria menjadi salah satu bukti bahwa adanya kepedulian kecantikan di kaum pria.

Penggunaan istilah "metroseksual" sering kali digunakan untuk menggambarkan pria yang memiliki perhatian tinggi terhadap penampilan dan perawatan pribadi mereka. Ada beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab munculnya tren metroseksual:

1. Perubahan Budaya: Perubahan dalam norma budaya dan pandangan terhadap konsep tentang maskulinitas telah

- berubah, memerdekakan pria untuk lebih terbuka terhadap aspek perawatan diri dan mode. Penerimaan terhadap variasi dalam ungkapan gender telah menciptakan lingkungan di mana pria merasa lebih nyaman mengeksplorasi dan merawat penampilan mereka.
2. Media Sosial dan Industri: Kemajuan teknologi media sosial dan perkembangan mode industri ikut berperan. Teknologi dan penetrasi media sosial telah menciptakan akses yang lebih besar terhadap tren mode dan inspirasi penampilan. Hal ini mempengaruhi banyak pria yang terpapar oleh gambar-gambar gaya hidup di platform digital, menjadi lebih sadar akan pentingnya penampilan pribadi mereka, mendorong minat dalam perawatan diri.
 3. Perubahan Gaya Hidup: Gaya hidup terutama di lingkungan perkotaan yang sibuk dan profesional, menjadi faktor lain yang mempengaruhi tren metroseksual di kalangan pria. Gaya hidup yang memotivasi pria untuk merawat diri dan mengikuti tren mode agar tetap relevan dalam lingkungan yang terus berubah mengikuti mode tren.
 4. Pemajuan Industri Perawatan Pria: Pertumbuhan pesat industri perawatan pria juga memainkan peran penting. Ketersediaan produk dan layanan perawatan pria yang semakin beragam memberikan pilihan kepada pria untuk merawat diri mereka dengan cara yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan individu mereka.
 5. Peningkatan Kesadaran akan Perawatan Kulit: Meningkatnya kesadaran akan pentingnya perawatan kulit dan kesehatan telah mendorong banyak pria untuk menggunakan produk perawatan kulit.

Dengan demikian, fenomena metroseksualitas mencerminkan dinamika kompleks dari perubahan budaya, teknologi, industri, dan kesadaran akan kesehatan yang bersama-sama membentuk pandangan pria terhadap penampilan dan perawatan pribadi mereka.

Penyebab metroseksual bisa berbeda-beda bagi setiap individu, tetapi ini adalah beberapa faktor umum yang berkontribusi terhadap perkembangan tren metroseksual. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah penulis jabarkan, representasi metroseksual pada *fashion* seorang artis bernama Vidi Aldiano berdasarkan hasil analisis terhadap foto-foto di akun Instagram @vidialdiano dengan menggunakan kajian semiotika dari Roland Barthes adalah sebagai berikut:

1. Makna Tanda Tubuh

Dalam pengamatan yang dilakukan, ekspresi wajah pada foto-foto tampak menunjukkan sisi maskulinitas, namun tetap sersisip aura feminim dalam raut wajahnya. Selain itu, kepercayaan dirinya dan gestur tubuh Vidi Aldiano merupakan salah satu representasi dari aspek maskulinitas yang selama ini identik dengan dominasi. Adanya rasa percaya diri bisa disebabkan karena seringnya seseorang mendapat perhatian dan pujian dari orang di sekitarnya.

2. Makna Tanda Fashion

Pemilihan Warna: Warna biru sering dianggap sebagai simbol kemaskulinan untuk anak laki-laki, meskipun mungkin merupakan mitos gender yang diyakini secara universal. Penggunaan warna ini meluas di berbagai belahan dunia. Pada foto Instagram, warna biru dominan dalam tanda-tanda *fashion* yang dikenakan oleh Vidi Aldiano, mulai dari kemeja hingga aksesoris, termasuk latar belakang di feed-nya. Dengan demikian, penggunaan warna biru dalam analisis tersebut tampaknya bermaksud menunjukkan sisi maskulin Vidi Aldiano, namun tetap menggambarkan kelembutan sebagai simbol feminitas. Hal ini sejalan dengan konsep metroseksualitas, di mana pria dapat memadukan maskulinitas dengan elemen feminin.

- a. Pemilihan Gaya Rambut: Karakteristik pria metroseksual mencakup gaya hidup di kota besar, perhatian pada penampilan, dan kemampuan finansial untuk merawat diri di salon kecantikan secara berkala. Melalui potongan rambut *undercut* Vidi di foto

Instagram, terlihat kemungkinan penggunaan jasa penata rambut profesional atau di *barber shop* modern, menunjukkan bahwa Vidi tidak mengadopsi tradisi potongan rambut informal seperti pada masa lalu. Hal ini memperkuat asumsi bahwa Vidi mengikuti kebiasaan pria metroseksual yang rutin menghabiskan uang untuk perawatan di salon profesional.

- b. Penggunaan gel pada rambut Vidi yang disisir rapi ke samping memberikan kesan licin, *slick*, dan tatanan yang rapi, mencerminkan kerapuhan dan kebersihan, menjadi ciri khas maskulinitas modern dan gaya pria metroseksual. Keseluruhan, penampilan Vidi di foto tersebut memperlihatkan upaya terencana dalam merawat penampilan yang sejalan dengan norma-norma maskulinitas kontemporer.
 - c. Penggunaan Aksesoris, dalam postingan fotonya Vidi sering kali menampilkan aksesoris-aksesoris tambahan berupa gelang, kalung bahkan bandana sebagai aksesoris pelengkap dalam penampilan. Aksesoris yang digunakan Vidi merupakan aksesoris yang identik dengan perempuan. Dilihat dari teori simiotika, tindakan tersebut juga memberikan persepsi kecenderungan perilaku yang mengarah ke metroseksual.
3. **Produk Kecantikan**

Vidi Aldiano termasuk kaum pria yang berdandan. Iklan Sometinc versi Vidi Aldiano merupakan jenis iklan elektronik karena iklan ini ditayangkan melalui media sosial Instagram dalam menyampaikan pesannya. Iklan elektronik merupakan iklan berbasis media elektronik sebagai media dalam menyampaikan iklannya. Biasanya iklan ini ditemui dalam televisi, radio, film, dan media, Jika berdasarkan tujuannya, iklan ini termasuk dalam iklan komersial yang memiliki tujuan untuk meningkatkan angka penjualan. Iklan ini cukup sukses menarik perhatian khalayak, khususnya

laki-laki untuk menggunakan produk milik Sometinc ini. Iklan Sometinc versi Vidi Aldiano sudah dilihat lebih dari 6,774 ribu penonton.

Dalam kehidupan saat ini, produk kecantikan tidak hanya untuk kaum perempuan, produk untuk kaum pria pun sudah banyak. Hal itu terbukti pada salah satu postingan vidi yang jelas ia menggunakan produk kecantikan “sometinc” sebagai *endorment*. Selain itu, sebagai artis ia juga berdandan untuk menunjang pekerjaannya di dunia *entertainment*. Bagi sebagian orang, hal tersebut dikonstruksi sebagai hal yang lumrah dan modern, sebagaimana layaknya pria dewasa yang maskulin penganut gaya hidup metroseksual.

E. KESIMPULAN

Dalam konteks identitas dan jati diri, *fashion* menjadi suatu ekspresi yang sangat relevan. Penampilan seseorang, termasuk gaya berpakaian dan perawatan diri, dapat menjadi cermin dari siapa mereka sebenarnya. Fenomena identitas pria metroseksual, seperti yang terlihat pada tokoh seperti Vidi Aldiano, memberikan contoh menarik bagaimana *fashion* dapat mengungkapkan dimensi yang lebih halus dan feminin dalam jati diri seorang pria.

Kasus Vidi Aldiano mencerminkan evolusi pandangan terhadap maskulinitas dalam konteks modern. Teori simiotika digunakan untuk menganalisis tanda-tanda dalam penampilan Vidi, mulai dari cara berpakaian, gaya rambut, hingga penggunaan produk kecantikan. Simbol-simbol ini membentuk bahasa visual yang menggambarkan identitas metroseksualnya. Dengan mengadopsi gaya berpakaian yang cermat dan rapi, gaya rambut terkini, serta penggunaan produk kecantikan, Vidi Aldiano secara simbolis menyampaikan bahwa sebagai seorang pria, dia tidak hanya memperhatikan maskulinitas konvensional, tetapi juga merangkul sisi feminin dan kelembutan. Teori simiotika membantu kita memahami bahwa setiap elemen dalam penampilan Vidi bukan hanya sekedar *fashion*, tetapi juga tanda-tanda kompleks yang meresap dalam budaya metroseksual.

Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa Vidi Aldiano dapat diidentifikasi sebagai seorang pria metroseksual. Gaya dan penampilan, baik dalam media sosial maupun lingkungan sehari-hari, mencerminkan pemahaman mendalam akan makna simbolis di balik *fashion* dan perawatan diri. Identitasnya yang terbentuk dari keberanian merangkul femininitas dalam konteks maskulinitas modern menjadikan Vidi Aldiano sebagai perwakilan menarik dari perubahan dinamis dalam pandangan terhadap identitas pria. Dengan demikian, dia menampilkan bahwa menjadi metroseksual bukanlah sekadar mode tren, melainkan ekspresi diri yang autentik dan kompleks.

digunakan untuk
mempengaruhinya.

Barthes, R. (2017). *Elemen-elemen semiologi* (Terjemahan M. Ardiansyah). Yogyakarta: Basabasi. (Edisi asli diterbitkan tahun 1968 oleh Hill and Wang).

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, D. G. R., Christin, M., & Mahadian, A. B. (2015). Representasi Metroseksual Pada Fashion Balita (analisis Semiotika Roland Barthes Terhadap Foto Daffa Abyan Sofa Pada Akun Instagram@daffa_sofa). *eProceedings of Management*, 2(3).
- Utami, D. G., & Widiarti, P. W. Analisis Semiotika Representasi Laki-laki Metroseksual Pada Iklan Scarlett Whitening Versi Song Joong Ki di Instagram
- Mulyana, D. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Wibowo, I. S. 2013. *Semiotika Komunikasi: aplikasi praktis bagi penelitian dan skripsi komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kartajaya, H., Yuswohady, Madyani, D., Christynar, M. & Indrio, B.D. (2004). *Metrosexuals in Venus: Pahami Perilakunya, Bidik Hatinya, Menangkan Pasarnya*. Jakarta: MarkPlus&Co.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Alih Bahasa: Alexander Sindoro. Jakarta: Prenhallindo.
- Rahardjo, W., & Yuliani Silalahi, B. (2012). *Perilaku konsumtif pada pria metroseksual serta pendekatan dan strategi yang*