



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 6994-7011

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pemaknaan Audiens Terhadap Maskulinitas Pria Metroseksual (Studi Analisis Resepsi pada Konten YouTube JRyan Karsten)

Dedya Nuril Anwar

LSPR Institute of Communication & Business

Email: [24072200033@lspr.ac.id](mailto:24072200033@lspr.ac.id)

### Abstrak

Konsep konstruksi maskulinitas telah banyak mengalami perubahan, sebagai contoh ditandai dengan munculnya istilah metroseksual yang telah menjadi sebuah fenomena sosial yang signifikan di masa sekarang. J Ryan Karsten dalam konten YouTubanya menggambarkan pria metroseksual sebagai seseorang yang menaruh kepedulian terhadap penampilannya. Stereotip gender tradisional menilai hal tersebut sebagai sebuah hal lebih cenderung mengacu pada sifat feminin sehingga kemunculan fenomena pria metroseksual tersebut menimbulkan isu *toxic masculinity*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemaknaan khalayak terhadap maskulinitas pria metroseksual dalam konten video pada Channel YouTube JRyan Karsten. Data yang digunakan yaitu teks media dan pemaknaan dari informan yang dipilih tentang bagaimana pemaknaan khalayak terhadap konstruksi maskulinitas gaya hidup pria metroseksual pada konten video channel YouTube JRyan Karsten. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode *reception analysis* oleh Stuart Hall. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemaknaan pesan yang disampaikan oleh encoder dapat diterima oleh hampir seluruh informan, yakni representasi maskulin yang ditampilkan dalam konten video channel YouTube JRyan Karsten masih memenuhi karakteristik maskulin. Melalui wawancara dengan lima narasumber, terdapat empat informan yang berada pada posisi pemaknaan dominant dan satu informan pada posisi pemaknaan oposisi. Ke empat informan yang berada di posisi pemaknaan dominant menanggapi hal tersebut sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh J Ryan Karsten dalam konten video pada channel YouTubanya. Sedangkan satu informan yang berada pada posisi pemaknaan oposisi telah membentuk pemaknaan yang berbeda dari pemaknaan dominant. Audiens tidak begitu saja menerima pesan media, namun latar belakang dan pengalaman tersendiri memberikan pengaruh dalam proses pemaknaan audiens. Dengan demikian, hasil dari pemaknaan (decoding) ini bersifat linear yang menjadikan keberagaman pemaknaan (decoding) audiens terhadap Representasi maskulinitas yang

ditampilkan dalam konten video pada channel YouTube JRyan Karsten.

Kata Kunci: *Analisis Resepsi, Konstruksi Maskulinitas, Encoding-Decoding*

#### Abstract

The concept of masculinity construction has undergone many changes, for example marked by the emergence of the term metrosexual which has become a significant social phenomenon in the present. J Ryan Karsten in his YouTube content describes a metrosexual man as someone who cares about his appearance. Traditional gender stereotypes see this as something that tends to refer to feminine traits so that the emergence of the metrosexual male phenomenon raises the issue of toxic masculinity. This study aims to determine the audience's meaning of masculinity of metrosexual men in video content on the JRyan Karsten YouTube Channel. The data used are media texts and the meaning of selected informants about how the audience interprets the construction of masculinity in the lifestyle of metrosexual men on the video content of JRyan Karsten's YouTube channel. This research is a descriptive qualitative research using reception analysis method by Stuart Hall. The results of this study indicate that the meaning of the message conveyed by the encoder can be accepted by almost all informants, namely the masculine representation displayed in the video content of JRyan Karsten's YouTube channel still fulfills masculine characteristics. Through interviews with five sources, there are four informants who are in the dominant position of meaning and one informant in the position of opposition meaning. The four informants who are in a dominant position of meaning respond to this in accordance with the message J Ryan Karsten wants to convey in the video content on his YouTube channel. Meanwhile, one informant who is in the position of oppositional meaning has formed a different meaning from the dominant meaning. Audiences do not just receive media messages, but their own background and experiences have an influence on the process of interpreting the audience. Thus, the result of this decoding is linear which makes the audience's diversity of meaning (decoding) to represent masculinity displayed in video content on JRyan Karsten's YouTube channel.

Keywords: *Reception Analysis, Masculinity Construction, Encoding-Decoding*

#### PENDAHULUAN

Konsep gender hadir sebagai persepsi atau cara pandang manusia terhadap perempuan atau laki-laki yang bukan didasari oleh perbedaan jenis kelamin secara kodrat biologis (Sulistyowati, 2020). Namun, kemunculan konsep gender juga menyebabkan munculnya batasan atau larangan tertentu bagi jenis kelamin tertentu dalam menjalankan peran dalam kehidupannya. Kehadiran kemunculan konsep gender didorong oleh konstruksi sosial yang pertama kali dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann sebagai sebuah teori sosiologi kontemporer yang digambarkan sebagai sebuah proses sosial melalui tindakan dan interaksinya (Ngangi, 2011).

Istilah konstruksi gender pada awalnya muncul untuk menjelaskan bias gender dan ketidakadilan gender yang terjadi di masyarakat. Bias gender muncul ketika pria dan wanita mendapat penilaian yang berbeda terhadap suatu hal yang mereka lakukan seakan hasil usaha mereka disampingkan hanya karena gender mereka (Mengel, 2017). Stereotipe terhadap sebuah gender yang diasosiasikan dengan laki-laki dan perempuan tidak hanya berbeda tetapi juga diinginkan secara berbeda.

Matlin dalam (Sabrina, Ratnawati, Setyowati, 2016) menjelaskan stereotip gender mengarah kepada suatu pemikiran tentang kelompok sosial. Status laki-laki dan perempuan seringkali dikategorikan berdasarkan sifat yang berhubungan dengan biologis mereka, atau yang sering juga disebut dengan stereotip maskulin (kelelakian), dan stereotip feminin (keperempuanan). Maskulin menurut Hoyenga (dalam Prasetyo, 2016) yaitu ciri-ciri atau suatu peran yang dibentuk oleh budaya dan pada umumnya terdapat pada pria dan dipercaya dibentuk oleh budaya sebagai ciri-ciri yang ideal bagi laki-laki. Apabila mengacu pada konstruksi sosial yang sudah ada dan berkembang di kehidupan masyarakat, karakteristik maskulin digambarkan sebagai seseorang yang memiliki sifat kuat, tegas dan rasional, tangkas, teguh, berani, kasar, dan sebagainya (Nur, 2022).

Seiring perkembangan zaman, konsep konstruksi maskulinitas telah banyak mengalami perubahan, sebagai contoh ditandai dengan munculnya istilah maskulinitas baru yang meresistensi nilai-nilai maskulinitas yang hegemonik (Utami, 2021). Connell (2005) mendefinisikan maskulinitas hegemonik sebagai konfigurasi praktik gender yang menjelma dalam bentuk pengakuan yang diterima terhadap masalah legitimasi patriarki, yang menjamin (dianggap wajar) posisi dominan laki-laki dan subordinasi perempuan. Kemunculan konsep maskulinitas baru juga mendobrak konsep maskulinitas lama dan menjadi alternatif dari konsep maskulinitas terbaru. Kini, sosok konsep maskulinitas baru disajikan sebagai sebuah paduan unik dan menarik yang membuka mata masyarakat terhadap stereotip maskulin yang selama ini telah terbentuk (Luthfiah, 2022).

Kemunculannya gagasan maskulinitas hibrida atau *hybrid masculinity* sebagai salah satu bentuk dari maskulinitas baru telah menjadi sebuah fenomena sosial yang signifikan di masa sekarang Bridges (2014). Maskulinitas hibrida merupakan sebuah konsep yang cukup berbeda dari maskulinitas dominan yang sering diusung oleh masyarakat dan juga media massa. Menurut Bridges dan Pascoe (dalam Pilcher dan Whelehan, 2017), maskulinitas hibrida mengkonseptualisasikan penggabungan selektif oleh pria dari identitas dan elemen performance yang terkait dengan maskulinitas yang terpinggirkan dan subordinasi dan feminitas.

Maskulinitas hibrida sangat terlihat dalam gaya hidup pria metroseksual yang menggunakan konsep maskulinitas hibrida ini sebagai bagian dari identitas mereka (Nastiti, 2018). Gaya hidup pria metroseksual dinilai semakin memudahkan nilai-nilai maskulinitas yang hegemonik, namun memunculkan gagasan maskulinitas hibrida sebagai produk baru dari konsep konstruksi maskulinitas (Utami dan Demartoto, 2022). Pria metroseksual dapat diartikan juga sebagai sosok pria yang memiliki penampilan yang terawat dengan mengikuti dari penampilan gaya dandan pria yang mereka lihat melalui media massa (Rahmah dan Wulan, 2018).

Pada saat ini, perawatan diri baik tubuh maupun maupun bukanlah lagi hal yang tabu dilakukan oleh kaum pria karena penampilan telah menjadi salah satu hal penting yang menjadi perhatian bagi banyak pria (Kahija dan Triwiasdity, 2015). Keinginan mereka untuk dapat tampil menarik dan percaya diri bukan hanya karena dari keinginan mereka sendiri namun juga karena tuntutan dari pekerjaan yang mereka jalani.

Gaya hidup pria metroseksual dinilai semakin memudahkan nilai-nilai sosial yang dianut oleh kaum pria terdahulu, dimana mereka menganggap bahwa penampilan merupakan salah satu hal yang penting dalam kehidupannya (Hasandra, 2016). Ciri khas dari gaya hidup metroseksual yaitu para kaum pria muda yang hidup dan bekerja di kota-kota besar seperti kota metropolitan dan memiliki penghasilan berlebih untuk mempercantik dirinya karena mereka memandang dirinya sendiri sebagai sebuah objek kenikmatan, cinta dan pilihan seksualnya (Pan dan Jamina, 2015).

Kebiasaan pria metroseksual yang peduli akan penampilan dan gemar merawat diri memunculkan stigma yang menganggap mereka berbeda dibandingkan kaum pria pada umumnya. Stereotip gender tradisional menilai kepedulian terhadap tubuh dan wajahnya seperti halnya yang dilakukan oleh kaum pria metroseksual merupakan sebuah hal lebih cenderung mengacu pada sifat feminin daripada maskulin (Ardian, 2021). Berkembangnya gaya hidup metroseksual juga mengakibatkan munculnya asumsi mengenai orientasi seksual mereka hingga terbentuknya label memiliki penyimpangan orientasi seksual dari lingkungannya (Ardly, 2014).

Gaya hidup yang dimiliki oleh pria metroseksual ditampilkan dalam konten video pada channel YouTube JRyan Karsten. Pemilik nama asli Julius Ryan Karsten ini merupakan salah seorang model, aktor, dan presenter asal Indonesia. Ia juga merupakan seorang influencer dan content creator yang memiliki channel YouTube bernama JRyan Karsten yang berisikan konten berbagai tips untuk kaum pria dari fashion, perawatan diri, hingga healthy lifestyle. Channel YouTube JRyan Karsten saat ini sudah memiliki lebih dari 100,000

subscribers dengan total 352 video dan total jumlah penonton video mencapai 9,851,518. Channel yang telah dibuat dari 7 Juli 2013 ini memiliki cukup banyak segment yakni terdapat segment Fashion by J Ryan, Lifestyle and Fun, Professional Work, Sport Tips, dan Traveling with J RYAN. Salah satu segment yang paling banyak ditayangkan oleh penonton yaitu segmen Lifestyle and Fun yang berisikan konten video melakukan berbagai macam challenge serta berbagai tips seputar lifestyle pria seperti tips grooming, tips merawat wajah, skincare, hingga tips memikat lawan jenis. Melalui konten pada channel YouTubanya, J Ryan Karsten menampilkan gambaran gaya hidup yang dimiliki oleh kaum pria metroseksual.

Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan di atas, peneliti berminat melakukan penelitian dengan berfokus pada konten video pada Channel YouTube JRyan Karsten dengan subjek dari penelitiannya adalah pria yang tinggal di Kota DKI Jakarta dengan rentang umur 18-40 tahun dan mengikuti serta telah menonton konten video pada YouTube JRyan Karsten. Fenomena gaya hidup kaum pria metroseksual menarik untuk diteliti karena metroseksual merupakan sebuah fenomena sosial yang saat ini sudah mulai banyak dan tersebar di seluruh kota-kota besar di Indonesia, namun masih dipandang sebelah mata oleh sebagian masyarakat. Stigma gaya hidup berdasarkan gender yang telah berkembang di kehidupan masyarakat Indonesia mengakibatkan munculnya banyak pandangan buruk terhadap kaum pria metroseksual serta menimbulkan isu toxic masculinity, seperti yang terjadi pada konten video pada Channel YouTube JRyan Karsten. Hal tersebutlah yang membuat peneliti ingin mengetahui dan mengkaji pemaknaan khalayak khususnya pengikut akun Channel YouTube JRyan Karsten berjenis kelamin laki-laki terhadap maskulinitas pria metroseksual yang ditampilkan dalam konten YouTube JRyan Karsten. Peneliti memfokuskan pada pemaknaan yang diterima khalayak setelah menonton beberapa video pada Channel YouTube JRyan Karsten tersebut, apakah makna yang dipahami disetujui atau tidak dalam realitas kehidupannya. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul "Pemaknaan Audiens Terhadap Maskulinitas Pria Metroseksual (Studi Analisis Resepsi pada Konten YouTube JRyan Karsten)".

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma interpretif yang bertujuan menggali secara mendalam pemaknaan audiens terhadap toxic masculinity pada pria metroseksual dalam konten YouTube JRyan Karsten. Peneliti menggunakan metode analisis resepsi untuk memahami bagaimana khalayak menafsirkan pesan media berdasarkan latar belakang dan pengalaman masing-masing. Lokasi penelitian dilakukan di

DKI Jakarta karena keragaman budaya penduduk dan dominasi gaya hidup metroseksual di kota metropolitan ini. Fokus utama penelitian ini adalah memahami pemaknaan khalayak terhadap maskulinitas pria metroseksual, khususnya dari kalangan pria berusia 18–40 tahun yang tinggal di Jakarta dan telah menonton minimal empat video tertentu dari channel JRyan Karsten. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria usia, lokasi, minat terhadap konten, serta latar belakang budaya yang beragam. Unit analisis dalam penelitian ini adalah teks media dan pernyataan informan yang dianalisis untuk mengidentifikasi kategori pemaknaan: dominan, negosiasi, dan oposisi. Data primer diperoleh dari wawancara mendalam dan konten video, sementara data sekunder berasal dari buku, jurnal, dan sumber lain yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui seleksi konten video dan wawancara mendalam, sedangkan analisis data menggunakan pendekatan *reception analysis* dari Stuart Hall dengan tiga tahap: pengumpulan, analisis, dan interpretasi data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilik nama lengkap Julius Ryan Karsten ini merupakan salah seorang model, aktor, presenter, dan content creator ini memiliki channel YouTube bernama JRyan Karsten yang berisikan konten berbagai tips untuk kaum pria dari fashion, perawatan diri, hingga healthy lifestyle. Channel YouTube JRyan Karsten saat ini sudah memiliki lebih dari 100,000 subscribers dengan total 352 video dan total jumlah penonton video mencapai 9,851,518. Channel yang telah dibuat dari 7 Juli 2013 ini memiliki cukup banyak segment yakni terdapat segment Fashion by J Ryan, Lifestyle and Fun, Professional Work, Sport Tips, dan Traveling with J RYAN. Salah satu segment yang paling banyak ditayangkan oleh penonton yaitu segmen Lifestyle and Fun yang berisikan konten video melakukan berbagai macam challenge serta berbagai tips seputar lifestyle pria seperti tips grooming, tips merawat wajah, skincare, hingga tips memikat lawan jenis. Dalam konten video pada channel YouTube nya, J Ryan Karsten menampilkan penggambaran gaya hidup yang dimiliki oleh pria metroseksual.

Pada channel YouTube JRyan Karsten terdapat beberapa segment playlist video yakni Fashion by J Ryan, Lifestyle and Fun, Professional Work, Sport Tips, dan Traveling with J RYAN. Salah satu segment yang paling banyak ditayangkan oleh penonton yaitu segmen Lifestyle and Fun. Segment playlist Lifestyle and Fun pada channel YouTube JRyan Karsten merupakan segment yang paling banyak menarik perhatian penonton dibandingkan segment lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah total penonton dan komentar pada konten video dari segment playlist Lifestyle and Fun yang lebih banyak dibandingkan konten

video dari segment lainnya. Segment tersebut berisikan konten video melakukan berbagai macam challenge serta berbagai tips seputar lifestyle pria seperti tips grooming, tips merawat wajah, skincare, hingga tips memikat lawan jenis.

Dalam penelitian ini, peneliti telah memilih empat konten video dari channel YouTube JRyan Karsten yang memenuhi kriteria serta indikator dalam teknik pemilihan video. Keempat video yang telah ditentukan dalam penelitian ini antara lain yaitu "5 TIPS GROOMING PRIA | MUKA CERAH MULUT WANGI", "COWO PAKAI SKINCARE WHY NOT, COWO HARUS TETAP MENJAGA KESEHATAN! feat. Wenny Vanilla", "10 TIPS MIX AND MATCH", dan "METROSEXUAL ITU GAY KAH???".

#### Profil Informan

1. Fadhil Nurrilman Muhammad, merupakan seorang pria berumur 23 tahun yang saat ini tinggal di Jakarta Timur dan berasal dari Bandung bersuku sunda. Fadhil masih menempuh pendidikan sebagai mahasiswa serta bekerja sebagai pengusaha bisnis kecil. Saat ini, Fadhil berstatus sudah menikah.
2. Adli Gumilang, merupakan seorang pria berumur 25 tahun yang saat ini tinggal di Jakarta Barat dan berasal dari domisili Lampung bersuku lampung pepadan. Adli bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil dan berstatus belum menikah.
3. Kharisma Adyaksa, merupakan seorang pria berumur 20 tahun yang saat ini tinggal di Jakarta Selatan dan berasal dari Palembang bersuku melayu. Saat ini, Kharisma Adyaksa masih menempuh pendidikan sebagai mahasiswa serta bekerja sebagai Pegawai Negeri Swasta dan berstatus belum menikah.
4. Aldi Hawari, merupakan seorang pria berumur 34 tahun yang saat ini tinggal di Jakarta Selatan dan berasal dari Padang bersuku minangkabau. Aldi bekerja sebagai reporter di salah satu siaran media swasta di Indonesia dan juga bekerja sebagai pegawai negeri swasta. Saat ini, Aldi berstatus belum menikah.
5. Ichsan Novianto, merupakan seorang pria berumur 38 tahun yang saat ini tinggal di Jakarta Selatan dan berasal dari Purwokerto bersuku Jawa. Ichsan bekerja sebagai Pegawai Negeri Swasta dan saat ini berstatus sudah menikah.

#### Preferred Reading (Wacana Dominan)

Dari hasil analisis pada keempat konten video dari channel YouTube JRyan Karsten yang menjadi objek penelitian, maka peneliti menemukan preferred reading (wacana dominan) pada konten video tersebut berupa:

1. J Ryan Karsten dalam konten video pada channel YouTubenya yang berjudul "COWO PAKAI SKINCARE WHY NOT, COWO HARUS TETAP MENJAGA KESEHATAN! feat. Wenny Vanilla", "5 TIPS GROOMING PRIA | MUKA CERAH MULUT WANGI", dan "10 TIPS MIX AND MATCH" mencoba mengenalkan konsep pria metroseksual dengan menampilkan gaya hidup dan kebiasaan yang dimiliki oleh kaum pria metroseksual yakni memperhatikan penampilan dan merawat dirinya. Pada umumnya, menurut stereotip gender tradisional kebiasaan yang dimiliki oleh kaum pria metroseksual tersebut seperti menilai kepedulian terhadap penampilannya lebih cenderung mengacu pada sifat feminim. Sehingga ketika pria memiliki kebiasaan tersebut, seringkali mereka dianggap tidak memenuhi karakteristik maskulin. Namun, J Ryan Karsten berusaha untuk merubah cara pandang tersebut yang telah berkembang di masyarakat. Menurutnya, tidak ada yang salah dengan kebiasaan merawat diri yang dimiliki oleh pria metroseksual dan pria metroseksual masih mampu memenuhi karakteristik maskulin yang ada di masyarakat.
2. J Ryan Karsten pada salah satu videonya yang berjudul "METROSEXUAL ITU GAY KAH???" mencoba membahas terkait isu stigma dan asumsi buruk seringkali diterima oleh kaum pria metroseksual. Menurutnya, metroseksual seringkali dianggap sebagai sesuatu yang salah oleh masyarakat secara sosial sehingga menimbulkan munculnya asumsi mengenai orientasi seksual mereka dari lingkungannya. J Ryan mencoba mematahkan stigma dan asumsi yang diterima oleh pria metroseksual. Menurutnya metroseksual hanyalah merupakan sebuah gaya hidup yang tidak ada kaitannya dengan orientasi seksual seseorang.
3. Representasi maskulinitas dari sosok pria metroseksual yang ditampilkan dalam konten video channel YouTube J Ryan Karsten digambarkan sebagai seorang pria yang menaruh kepedulian dalam penampilannya dengan memiliki kebiasaan merawat dirinya dengan menggunakan rangkaian produk *skincare*, melakukan grooming, dan memperhatikan gaya berpakaianya. Meskipun demikian, pria metroseksual masih memenuhi pemahaman karakteristik maskulin yang ideal.

Pemaknaan Audiens terhadap Maskulinitas Pria Metroseksual pada Konten YouTube JRyan Karsten

Secara keseluruhan, hampir seluruh informan memaknai maskulinitas pria metroseksual masih sesuai dengan konstruksi maskulinitas yang telah ada dan berkembang di masyarakat. Ideologi yang ditampilkan dalam konten video pada channel YouTube JRyan

Karsten yang telah ditonton oleh hampir seluruh informan dapat mereka terima. Mereka mulai memahami adanya perubahan tentang kebiasaan dan gaya hidup yang dimiliki oleh sebagian kaum pria, yakni mulai menaruh aspek penting terhadap penampilannya sehingga mereka mulai melakukan sesuatu untuk mengubah penampilannya menjadi lebih menarik seperti menggunakan rangkaian produk skincare mengubah gaya berpakaian. Mereka juga menyadari tentang adanya kodrat yang berlaku antara pria dan wanita di dalam budaya maupun lingkungan sekitar.

Para informan juga memahami bahwa sebagian besar masyarakat memandangi kebiasaan yang dijalankan wanita akan menjadi asing apabila dilakukan oleh pria. Akan tetapi, hal itu dilakukan sebagai cara untuk seseorang agar dapat tampil lebih menarik, serta telah menjadi tuntutan terutama di kota-kota besar untuk berpenampilan menarik demi kepentingan tertentu seperti pekerjaan. Pandangan terhadap representasi maskulinitas yang inilah yang merupakan preferred reading (wacana dominan) pada konten video channel YouTube JRyan Karsten, yang menampilkan sosok pria yang menampilkan gaya hidup pria metroseksualnya, tetapi masih dianggap memenuhi kriteria maskulinitas.

Terdapat informan juga yang memaknai maskulinitas pria metroseksual masih kurang sesuai dengan konstruksi maskulinitas yang telah ada dan berkembang di masyarakat. Hal tersebut dikarenakan menurut informan tersebut penggambaran gaya hidup pria metroseksual terutama yang ditampilkan dalam konten YouTube J Ryan Karsten cenderung menyerupai gaya hidup wanita karena kebiasaan merawat diri yang lebih umum dimiliki oleh wanita, sehingga ketika pria memiliki kebiasaan tersebut mereka dianggap kurang maskulin sehingga kurang sesuai dengan konstruksi maskulinitas.

#### Toxic Masculinity terhadap Pria Metroseksual

Seluruh informan menyetujui bahwa pria metroseksual cenderung lebih sering mengalami isu *toxic masculinity* dibanding pria lainnya. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan oleh Utami dan Demartoto (2020) yang menyatakan *toxic masculinity* seringkali dialami oleh kaum pria yang menganut gaya hidup metroseksual. Hal tersebut dikarenakan pria dengan gaya hidup metroseksual mengonsumsi gaya hidup yang pada umumnya dilakukan oleh wanita seperti peduli akan penampilannya dan senang merawat dirinya (Hutani, 2020).

Menurut para informan, pemahaman mengenai peran gender tentang kodrat terhadap pria menyebabkan munculnya batasan atau larangan tertentu bagi seorang pria dalam menjalankan perannya. Persepsi yang terwujud di dalam masyarakat terhadap

maskulin menimbulkan beban dan batasan-batasan tersendiri terhadap pria dalam kehidupannya (Rumahorbo, 2020). Pria yang tidak dapat memenuhi standar-standar maskulin tersebut akan dianggap sebagai sesuatu yang salah oleh masyarakat secara sosial akan menganggapnya sebagai sesuatu yang salah sehingga menimbulkan munculnya isu *toxic masculinity* (Schaefer, 2020). Selain itu, para informan juga menyetujui bahwa *toxic masculinity* memberikan dampak negatif bagi kaum pria. Melansir dari Medical News Today (2020), *toxic masculinity* dapat memberikan dampak buruk terhadap mental pria yang tidak memenuhi karakteristik maskulin namun tetap terpaksa diharuskan untuk melakukannya.

#### Interpretasi Data Berdasarkan "Three Hypothetical Positions" Stuart Hall

Berdasarkan hasil in depth interview (wawancara mendalam) dengan informan, informan yang masuk dalam Dominant hegemonic (posisi hegemoni) ada 4 (empat) orang yakni Fadhil, Adli, Adyaksa, dan Aldi. Representasi maskulinitas dari pria metroseksual yang ditampilkan dalam video J Ryan Karsten masih dapat diterima oleh hampir seluruh informan di dinilai masih sesuai dengan karakteristik maskulin yang mereka pahami oleh beberapa informan.

Namun, terdapat juga informan yang masuk ke dalam Oppotional Code position (posisi oposisi) hanya ada 1 (satu) orang yaitu Ichsan. Meskipun hampir seluruh informan beranggapan bahwa representasi maskulinitas yang ditampilkan dalam konten video channel YouTube J Ryan Karsten masih memenuhi karakteristik maskulin yang mereka pahami, namun Ichsan tidak memiliki anggapan yang berbeda. Menurutnya, representasi maskulinitas yang ditampilkan tersebut kurang memenuhi karakteristik maskulinitas karena menyerupai kebiasaan yang umumnya dilakukan oleh wanita.

#### Konstruksi Maskulinitas Pria Metroseksual yang Ditampilkan pada Konten YouTube JRyan Karsten

Seluruh informan mengatakan bahwa mereka telah tidak asing dengan istilah metroseksual. Kemunculan fenomena gaya hidup pria metroseksual seperti yang ditampilkan dalam video J Ryan Karsten masih kurang dapat diterima oleh sebagian masyarakat dan dianggap sebagai hal yang negatif. Oleh sebab itu, pemaknaan dalam sebuah konten merupakan hal yang penting, khususnya untuk konten video pada channel YouTube JRyan Karsten.

Ketika informan menyaksikan konten video pada channel YouTube JRyan Karsten informan dihadapkan dengan dua sudut pandang, yakni sudut pandang dari konten video itu sendiri (Wacana dominan) dan sudut pandang yang dibentuk oleh diri mereka sendiri

sebagai informan. Menurut Jensen (2003), proses tersebut merupakan proses yang disebut dengan proses analisis resepsi, yakni proses dimana informan sebagai penonton bebas untuk membandingkan antara wacana dominan yang ditawarkan oleh media dengan wacana yang dibentuk oleh mereka sendiri sebagai khalayak, yang tentunya merujuk pada *cultural settings* dan *context* isi dalam media.

Penggunaan konten video, khususnya pada channel YouTube JRyan Karsten sebagai media diseminasi atau sarana untuk penyebaran informasi dianggap sebagai suatu hal yang penting. Setelah melihat hasil penelitian di atas, sebagian besar dari penonton dapat menjadikan konten video pada channel YouTube JRyan Karsten sebagai media diseminasi terkait konsep metroseksual yang ada di kalangan masyarakat.

J Ryan Karsten dalam konten pada channel YouTubanya mengkonstruksikan pria metroseksual sebagai pria yang seorang pria yang menaruh kepedulian dalam penampilannya dengan memiliki kebiasaan merawat dirinya dengan menggunakan rangkaian produk *skincare*, melakukan grooming, dan memperhatikan gaya berpakaianya. Meskipun kebiasaan yang dimiliki pria metroseksual tersebut seringkali dianggap lebih cenderung mengacu pada sifat femimim, namun J Ryan Karsten menganggap pria metroseksual masih mampu memenuhi karakteristik maskulin yang ideal.

Melihat dari hasil wawancara, ditunjukkan bahwa hampir seluruh ada terdapat 4 (empat) informan yang menilai maskulinitas pria metroseksual yang dikonstruksikan dalam konten YouTube JRyan Karsten masih memenuhi kriteria maskulin dan sesuai dengan konstruksi maskulinitas yang ada dan berkembang di masyarakat. Mereka juga menyetujui ideologi yang disampaikan oleh JRyan Karsten dalam konten YouTubanya yang mencoba mengenalkan gaya hidup pria metroseksual yang menurutnya masih memenuhi sesuai dengan standar kan kriteria maskulinitas.

Namun, terdapat 1 (satu) informan tidak menyetujui ideologi tersebut. Menurut informan tersebut, gaya hidup pria metroseksual yang ditampilkan dan dikonstruksikan pada konten video pada channel YouTube JRyan Karsten terkesan kurang sesuai dengan konstruksi maskulinitas yang telah ada dan berkembang di masyarakat. Penggambaran gaya hidup dan kebiasaan yang dimiliki oleh kaum pria metroseksual dalam konten video pada channel YouTube JRyan Karsten tersebut dinilai terlalu menyerupai kebiasaan wanita sehingga memicu kemunculannya asumsi penyimpangan orientasi seksual terhadap mereka.

## Toxic Masculinity terhadap Pria Metroseksual yang Ditampilkan pada Konten YouTube JRyan Karsten

Berkembangnya gaya hidup metroseksual mengakibatkan munculnya asumsi mengenai orientasi seksual mereka hingga terbentuknya label gay dari lingkungannya (Ardly, 2014). Hal tersebut dialami juga oleh J Ryan Karsten yang memiliki channel YouTube bernama JRyan Karsten yang berisikan konten berbagai tips untuk kaum pria dari fashion, perawatan diri, hingga healthy lifestyle. Salah satu segment yang paling banyak ditayangkan oleh penonton yaitu segmen Lifestyle and Fun yang berisikan konten video melakukan berbagai macam challenge serta berbagai tips seputar lifestyle pria seperti tips grooming, tips merawat wajah, skincare, hingga tips memikat lawan jenis.

Tak jarang J Ryan Karsten menerima komentar-komentar buruk dari penonton dalam konten video pada channel YouTubanya yang memperlihatkan gaya hidup pria metroseksual. Menurut Adyaksa, komentar-komentar buruk yang diterima oleh J Ryan Karsten dalam berbagai konten video pada channel YouTubanya merupakan salah satu contoh dari isu *toxic masculinity*.

Melihat hasil wawancara, terdapat 1 (satu) informan juga yang memberikan pernyataan yang sejalan dengan pernyataan tersebut. Ichsan mengatakan bahwa gaya hidup pria metroseksual yang ditampilkan pada konten video pada channel YouTube JRyan Karsten terkesan kurang sesuai dengan konstruksi maskulinitas yang telah ada dan berkembang di masyarakat. Penggambaran gaya hidup dan kebiasaan yang dimiliki oleh kaum pria metroseksual dalam konten video pada channel YouTube JRyan Karsten tersebut dinilai terlalu menyerupai kebiasaan wanita. Sejalan dengan pengertian toxic masculinity menurut Schaefer (2020) yang mengatakan bahwa toxic masculinity merupakan suatu kondisi dimana pria tidak dapat memenuhi standar-standar karakteristik maskulin sehingga dianggap sebagai sesuatu yang salah oleh masyarakat, hal tersebut merupakan salah satu contoh dari isu toxic masculinity.

Streotip kebiasaan merawat diri dan memperhatikan penampilan dianggap sebagai kebiasaan yang umumnya dimiliki oleh wanita, sehingga ketika pria memiliki kebiasaan tersebut mereka dianggap tidak sesuai dengan konstruksi maskulinitas yang telah ada dan berkembang di masyarakat (Febriani, 2021). Hal tersebut juga disampaikan oleh informan melalui wawancara mendalamnya. Meskipun sudah banyak kaum pria yang mengadopsi kebiasaan tersebut karena di era modern ini baik wanita maupun pria dituntut berpenampilan menarik, hal tersebut masih dianggap sebuah hal yang tabu oleh kalangan

masyarakat. Akibatnya, muncul lah isu *toxic masculinity* yang seringkali dialami oleh kaum pria metroseksual (Ardian, 2021).

#### Sintesa Hasil Penelitian

##### A. Kontribusi Budaya dalam Pembentukan Peran Gender

Konstruksi sosial terhadap gender maskulinitas menggambarkan pria sebagai seseorang yang harus memiliki sifat bertanggung jawab, berjiwa kepemimpinan, tegas, dan dominan. Selain itu, dari segi penampilan juga pria digambarkan sebagai seseorang yang memiliki tubuh gagah, tegap, berdada bidang, dan dinilai lebih maskulin apabila memiliki rambut di wajahnya seperti kumis dan janggut. Apabila nilai-nilai dan karakteristik gender maskulin yang sudah ada dan telah berkembang di masyarakat tersebut tidak dapat dipenuhi oleh seorang pria, akan ada ketakutan dan gengsi tersendiri bagi mereka. Namun, terdapat juga sebagian masyarakat yang beranggapan berbeda dengan hal tersebut.

Dengan demikian, dalam penelitian ini ditemukan bahwa budaya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terbentuknya peran gender. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian oleh Apriati (2017) yang menyatakan bahwa peran gender didasari oleh aspek kultural budaya.

##### B. Relevansi Konstruksi Sosial dengan Lingkungan dalam Pembentukan Peran Gender

Kebiasaan pria metroseksual yang peduli akan penampilan dan senang merawat diri menjadikan mereka dianggap berbeda dengan kaum pria pada umumnya. Stereotip gender tradisional menilai kepedulian terhadap tubuh seperti yang dilakukan oleh kaum pria metroseksual lebih cenderung mengacu pada sifat feminin daripada maskulin sehingga kehadiran pria metroseksual tersebut menimbulkan stigma atas kebiasaan yang dinilai feminin, sehingga seringkali pria metroseksual dianggap kurang maskulin (Ardian, 2021).

Namun, seiring perkembangannya zaman anggapan dan stigma terhadap pria metroseksual tersebut perlahan mulai berubah terutama di kota-kota besar, dimana pria metroseksual sudah banyak ditemui. Sebagian masyarakatpun perlahan memahami hal tersebut sebagai hal yang lumrah sehingga metroseksual sudah bukan menjadi hal yang tabu lagi bagi mereka. Dengan semakin banyak ditemuinya pria metroseksual di kota-kota besar, masyarakat yang tinggal di kota-kota besar tersebutpun perlahan mulai terbiasa menemui fenomena tersebut sehingga hal tersebut bukanlah hal yang tabu lagi bagi mereka. Seiring berjalannya waktu, masyarakatpun mulai menerima bahwa adanya perubahan peran gender yang terjadi dimana tidak hanya wanita namun saat ini tidak sedikit pria juga mulai merawat diri dan memperhatikan penampilannya karena mereka sudah

menarik aspek penampilan sebagai hal yang penting di dalam kehidupannya. Berbeda dengan di kota-kota kecil, metroseksual bukanlah hal yang umum ditemui di sana sehingga masyarakat tidak terbiasa melihat pria metroseksual dan akan terus menganggap tabu fenomena tersebut. Dengan demikian, akan sulit bagi mereka untuk menerima adanya perubahan peran gender tersebut.

Kemunculannya fenomena-fenomena baru seperti gaya hidup metroseksual akan lebih mudah diterima oleh masyarakat yang tinggal di suatu lingkungan tertentu di mana fenomena tersebut sering ditemui. Sebaliknya, sebuah fenomena baru akan lebih sulit diterima oleh masyarakat yang tinggal di suatu daerah di mana hal tersebut jarang ditemui oleh mereka. Dengan demikian, dalam penelitian ini ditemukan bahwa terdapat relevansi antara konstruksi sosial dan lingkungan dalam pembentukan peran gender. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jena (2018) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap kesadaran gender.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil studi reception analysis yang sesuai dengan tujuan penelitian tentang pemaknaan khalayak terhadap maskulinitas pria metroseksual yang ditampilkan dalam konten video channel YouTube JRyan Karsten, maka dapat disimpulkan bahwa pemaknaan yang diterima informan melalui in depth interview (wawancara mendalam) tentang maskulinitas metroseksual pria metroseksual yang ditampilkan dalam konten YouTube JRyan Karsten ternyata dapat diterima oleh hampir seluruh informan.

Secara keseluruhan, dari seluruh informan yang tinggal di DKI Jakarta dimana fenomena pria metroseksual bukanlah hal yang asing lagi ditemui oleh mereka, hampir seluruh informan pada dasarnya dapat menerima ideologi yang ditampilkan dalam konten video pada channel YouTube JRyan Karsten. Mereka memahami maskulinitas pria metroseksual masih sesuai dengan konstruksi maskulinitas yang ada dan berkembang di masyarakat. Namun, mereka menganggap ideologi tersebut kurang sesuai apabila dinilai dengan nilai-nilai budaya para informan. Meskipun dari hampir seluruh informan sudah dapat menerima kemunculan fenomena metroseksual dimana pria memiliki gaya hidup yang mementingkan perawatan diri dan penampilannya, namun mereka cenderung memahami hal tersebut sebagai salah satu tuntutan yang mereka dapatkan ketika tinggal di kota-kota besar, dimana berpenampilan menarik telah menjadi suatu kewajiban baik bagi pria maupun wanita.

Selain itu, dari analisis Three Hypothetical Positions model Stuart Hall yang terdiri

dari posisi dominan hegemonic (*Dominant Hegemonic Position*) posisi negosiasi (*Negotiated Code Position*), dan posisi oposisi (*Oppositional Code Position*), ditemukan bahwa terdapat 4 (empat) informan yang berada pada *dominant hegemonic position* (posisi hegemoni). Hampir seluruh informan pada dasarnya telah menerima dan menyetujui wacana dominan yang ditampilkan pada konten video pada channel YouTube JRyan Karsten. Mereka juga Hal tersebut dikarenakan nilai-nilai antara pembuat pesan yang di tampilkan dalam konten video pada channel YouTube J Ryan Karsten dan penonton (informan) mirip dan sejalan.

Terdapat 1 (satu) informan yang masuk dalam posisi dominan hegemonic yaitu Ichsan. Ia secara umum tidak dapat menerima ideologi yang ditampilkan dalam konten video tersebut. Menurut pemahamannya, maskulinitas pria metroseksual yang ditampilkan pada konten YouTube JRyan Karsten tidak sesuai dengan konstruksi maskulinitas yang telah ada dan berkembang di masyarakat. Selain itu ia juga tidak menyetujui atau menolak wacana dominan yang coba ditampilkan dan disampaikan oleh pembuat pesan dalam konten video pada channel YouTube J Ryan Karsten, mengenai munculnya identitas baru seorang pria yaitu pria metroseksual di dalam kehidupan. Ia menganggap bahwa hal itu tidak sesuai bahkan bertolak belakang dengan konstruksi sosial terhadap pria yang ada dan telah berkembang. Menurutnya, pria metroseksual tidak dapat memenuhi nilai-nilai karakteristik maskulin yang ada dan menganggap mereka memiliki kecenderungan mengalami penyimpangan orientasi seksual.

Dalam penelitian ini, ditemukan juga bahwa budaya memiliki kontribusi dalam pembentukan peran gender. Gender sendiri merupakan perbedaan fungsi peran pria dan wanita karena pemahaman yang dibentuk oleh masyarakat, dan bukan sekedar jenis kelaminnya dan dapat berubah dari waktu ke waktu sesuai pemahaman masyarakat yang bersangkutan tentang posisi peran laki-laki dan perempuan. Dengan demikian, terbentuklah konstruksi sosial terhadap gender. Selain itu, ditemukan juga bahwa terdapat relevansi antara konstruksi sosial dengan lingkungan dalam pembentukan peran gender.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi. (2013). Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hornby, A.S. (2005). Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English, 5th Ed. Oxford: Oxford University Press.
- David, F. R., (2009). Strategic Management, Konsep Manajemen Strategik. Jakarta: Salemba Empat.
- Ahmadi, N.,. YouTube. Hidayah. (2017). Analisis pemeliharaan mesin blowmould dengan metode rcm di PT. CCAI. Jurnal Optimasi Sistem Industri, 16(2), 167-170.
- Apriati. YouTube. (2017). Representasi Maskulinitas dalam Iklan Rokok dan Susu L-Men. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat.
- Bungin, B. (2011). Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi, Dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter. L Berger & Thomas Luckmann. Jakarta: Kencana.
- Desvira, J., Lasmary R. M. G. (2020). Toxic masculinity dalam Sistem Patriarki (Analisis Wacana Kritis Van Dijk Dalam Film "Posesif"). Jurnal Semiotika. 14(1), 8-23.
- Drianus, O. (2019). 1(1), Hegemonic Masculinity (Wacana Relasi Gender dalam Tinjauan Psikologi Sosial). Journal of Psychology, Religion, and Humanity. 1(1), 36-50.
- Devyanita. (2018). Studi Reception Analysis Penonton Perempuan tentang Konsep Fatherhood dalam Tayangan The Return of Superman. Universitas Brawijaya: Malang.
- Evelyn, S. YouTube. (2020) Pemaknaan Maskulinitas Pria Metroseksual. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir. A. S. (2016). YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. Kareba, 5(2), 259-272.
- Hariyanto. (2009). Gender dalam Konstruksi Media. Jurnal Dakwah dan Komunikasi. 3(2), 167-183.
- Hardani, N. H. A., Andriani. H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hall, S. (1993). Encoding/Decoding The Cultural Studies Reader. London dan NY: Routledge.
- Handoko, T. (2014). Manajemen Personal dan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: BPF.
- Hutani. E. S. (2020). Pemaknaan Maskulinitas Pria Metroseksual. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.

- Ingrid, D. N. (2018). Pemaknaan Khalayak terhadap Konstruksi Hybrid Masculinity. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ika, E. C. (2021). Konstruksi Makna Toxic masculinity Pada Kalangan Mahasiswa Kota Bandung. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.
- Kriyantono, R. (2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). Teknis Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Lumintang Juliana. (2015). Pengaruh Perubahan Sosial Terhadap Kemajuan Pembangunan Masyarakat. E-Journal "Acta Diurna", 9(2), 1-12.
- Luthfiah, N. U. (2022). Representasi Maskulinitas dalam Keluarga (Analisis Semiotika Roland Barthes Representasi Maskulinitas dalam Keluarga pada Film Pertaruhan). Surabaya: UPN Veteran Jawa Timur.
- Mulyana, D. (2013). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mukarom, Z., (2020). Teori-Teori Komunikasi. Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati.
- Moerdijati, Sri. (2012). Pengantar Ilmu Komunikasi. Surabaya: PT. Refka.
- Moleong, L. J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- McQuail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba.
- Mulyana. (2014). Representasi Gaya Hidup Pria Metrosexual di Majalah Pria Ibukota. Jurnal Visi Komunikasi, 13(1), 69-86.
- Nugroho, A. YOUTUBE. (2019). Pemaknaan Fisik Pria Ideal dalam Film-Film Marvel Cinematic Universe melalui Audience Reception Analysis. Malang: Universitas Brawijaya.
- Novalina, M., Flegon, A. S., Valentino, B., Sukur, F., & Gea, I. (2021). Kajian Isu Toxic masculinity di Era Digital dalam Perspektif Sosial dan Teologi. Jurnal STT Iman Jakarta, 8(1), 28-35.
- Putri, I. F. (2019). Studi Analisis Penerimaan Khalayak YouTube Terhadap Konsep Kuasa Tubuh Perempuan dalam Video Musik Tubuhku Otoritasku Karya Tika and The Dissidents. Malang: Universitas Brawijaya.
- Sasmara, A. D., Pinasti, V. I. S. (2018). Popularitas Barbershop dan Kesadaran Fesyen Mahasiswa Yogyakarta. Jurnal Pendidikan Sosiologi, 7(1), 1-16.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sabrina, T. Ratnawati, R. Setyowati, E. (2016). Pengaruh Peran Gender, Masculine Dan Feminine Gender Role Stress Pada Tenaga Administrasi Universitas Brawijaya. Jurnal Universitas Brawijaya, 4(1), 1-14.

- Sulistiyowati, YOUTUBE. (2020). Kesetaraan Gender Dalam Lingkup Pendidikan Dan Tata Sosial. *Indonesian Journal Of Gender Studies*. 1(2), 1-14.
- Sari, D. P., Chairil, E. Agus, Wartiningsih., (2019). Maskulinitas Tokoh Utama Dalam Kumpulan Cerita Pendek Nadira Karya Leila S. Chudori. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 8(2), 1-11.
- Sukmana, U., (2017). Peran Publik Persin Mania dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Pada Korban Harian Tribun Jabar Bandung. Bandung: Universitas Pasundan.
- Satria, A. T. (2020). Tinjauan Yuridis Sosiologis Terhadap Tindak Pidana Kekerasan Dalam Rumah Tangga Di Kabupaten Lamongan (Studi Kasus Di Polres Lamongan). Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Stellarosa, Y., Firyal, S. J., Ikhsano, A. (2018). Pemanfaatan YouTube sebagai Sarana Transformasi Majalah Highend. *Jurnal Lugas*, 2(2), 59-68.
- Rosalina. (2012). Maskulinitas Pada Iklan Televisi (Analisis Semiotik Iklan Produk Khusus Pria: Extra Joss, Surya Pro Mild dan Vaseline Men Face Moisturiser). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Rahmah, N., Wulan, R. R. (2018). Maskulinitas Pria Metroseksual (Studi Fenomenologi tentang Identitas Diri Pria Pesolek di Bandung). *Jurnal ARTCOMM*, 1(1), 114-122.
- Triwidiastuty, S., & Kahija, YOUTUBE. F. La. (2015). Memahami Makna Menjadi Laki-Laki Metroseksual. *Jurnal Empati*, 4(2), 58–64.
- Utami, C. M. (2021). Gaya Hidup Mahasiswa Metroseksual Sebagai Representasi Maskulinitas Baru. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Yuliyanti, F. D., Bajari, A., Mulyana, S. (2017). Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Pond's Men#Lelakimasakini (Analisis Semiotika Roland Bartes Terhadap Representasi Maskulinitas). *Jurnal Komunikasi UII*, 9(1), 16–30.
- Yuningsih, A., Tripamungkas, M. I. (2016). Opini Penonton Terhadap Aspek Maksulin Cheerleaders Pria Anggota Indonesian Cheer Association. *Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat*, 3(2), 298-305
- Wee, Ming Lau and Ernest Cyril, de Run and Teck-Weng, Jee (2017) Metrosexual Identity: Perception Of Malaysian Male Consumers Towards Cosmetic And Skincare Product. *Journal of Borneo Kalimantan*, 3 (1), 88-97.