

ABSTRACT

Kholilatul Mahbubah, NIM 12.05.2.1.1.000.83, Sociology program, Faculty of Social and Cultural Science, University of Trunojoyo Madura, A thesis on Metrosexual male in Surabaya (a study on metrosexual male's life style in Gold's Gym Grand City Mall Surabaya) advisor: Merlia Indah P, S.Sos.,M.Sosio

metrosexual male become a term that refers to a life style of male in urban. Clean, fragrant, tidy and fashion minded are the general description. These include the style of life, communication, time usage and consumptive (tends to buy branded goods). Metrosexual male become a term and style in surabaya and it is not considered a taboo phenomenon anymore.

The purpose of the study is to obtain a description of metrosexual male life style in Gold's Gym Grand City Mall Surabaya. The study applies qualitative method attached with phenomenological approach. Informants selection is taken through purposive sampling. The study applies secondary and primary as the data collecting method. The study also applies milles and huberman data analysis model for the data reduction, serving and conclusions. Data validity checking applied are triangulation and peer examination in order to obtain valid data. The study also applies Jean Bourdillard theory that state a lifestyle is an expression done by someone refers to what he wear, consume or how he behave and act toward someone else. The value of sign and symbols in forms of status, prestige and expression of style, luxury, honor are the main motive of social activity as consumer. Moreover the commodity object are purchased for the symbols inside, but not the function.

Based on the result of the study, the conclusions are most of metrosexual male life style are spent on shopping and consuming goods offered in shopping center which tends to get the brand, prestige and praise from others than the function.

keywords: Metrosexual Male, Lifestyle, Consumptive Behavior, Value Of Sign and Symbol.

ABSTRAK

Kholilatul Mahbubah, NIM 12.05.2.1.1.000.83, Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura, Skripsi ini Tentang Pria Metroseksual di Surabaya (Studi Tentang Gaya Hidup Pria Metroseksual di Gold's Gym Grand City Mall Surabaya) di bawah bimbingan Merlia Indah P, S.Sos.,M.Sosio.

Pria metroseksual merupakan sebuah istilah yang menunjuk pada suatu gaya hidup baru kaum pria di perkotaan. Rapi, harum, bersih, dan selalu mengikuti tren fashion masa kini. Hal ini mencakup gaya hidup, cara bicara, bagaimana mereka menggunakan waktu luangnya dan perilaku konsumtifnya yang lebih memilih barang-barang yang ber merk terkenal. Pria metroseksual sebagai gaya hidup yang berada di Surabaya ini sudah tidak menjadi sebuah fenomena yang dianggap tabu lagi.

Menurut teori Jean Bourdillard bahwa gaya hidup merupakan suatu ekspresi yang dilakukan seseorang melalui apa yang telah di kenakan oleh seseorang, apa yang ia konsumsi, dan bagaimana ia bersikap atau berperilaku ketika berada di hadapan orang lain. Nilai tanda dan simbol, yang berupa status, prestise, dan ekspresi gaya, kemewahan dan kehormatan adalah motif utama aktivitas masyarakat konsumen, objek komoditi tersebut di beli bukan karena fungsi dari barang tersebut, melainkan karena simbol yang ada di dalamnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang gaya hidup pria metroseksual yang berada di Gold's Gym Grand City Mall Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dalam penelitian ini menggunakan teknik pemilihan informan secara purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yakni data primer dan data sekunder, penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan model milles dan huberman yakni reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi dan pemeriksaan sejawat untuk mendapatkan data yang valid.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat di simpulkan bahwa gaya hidup pria metroseksual sebagian besar dari keseluruhan adalah untuk berbelanja dan mengkonsumsi barang yang ditawarkan di pusat perbelanjaan tersebut melainkan hanya mementingkan merk dari pada fungsi barang tersebut demi mendapatkan prestise atau pujian dari masyarakat.

Kata kunci: Pria Metroseksual, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Nilai Tanda dan Nilai Simbol.