

SELF IMAGE MAHASISWA DALAM GAYA HIDUP METROSEKSUAL (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS RIAU)

**Oleh : Rizal Dhiky Hermawan
Pembimbing : Hesti Asriwandari**

Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Citra diri yang negatif dapat menyebabkan rendahnya rasa percaya diri, sedangkan citra diri yang positif dapat menyebabkan respons yang positif. Perbandingan sosial juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri. Tren ini telah menyebabkan pergeseran persepsi terhadap istilah ini, dengan mahasiswa menunjukkan minat yang lebih tinggi terhadap penampilan, perawatan diri, dan gaya hidup modern. Universitas Riau, universitas terkemuka di Provinsi Riau, adalah contoh utama dari tren ini, dengan para mahasiswanya yang berfokus pada penampilan dan kebugaran tubuh, serta citra diri yang positif. Penelitian ini bertujuan mengetahui aktivitas, motivasi dan pembentukan self image mahasiswa melalui aktifitas perawatan dan kebugaran tubuh dengan pendekatan Teori Interaksionisme Simbolik oleh George Herbert Mead, Hiperrealitas oleh Jean Baudrillard dan Teori Gaya Hidup oleh Kotler dan Keller. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media memainkan peran penting dalam memotivasi individu untuk mencapai tujuan, mempengaruhi citra diri dan persepsi diri. Industri media, termasuk media sosial dan intelektual, mempengaruhi persepsi diri melalui berbagai faktor, seperti status sosial, keluarga, dan pengalaman pribadi. Media bertujuan untuk menciptakan produk dan layanan yang mempromosikan persepsi diri, membantu individu mencapai citra diri yang ideal.

Kata kunci: Citra Diri, Metroseksual, Media

ABSTRACT

A negative self-image can lead to low self-confidence, whereas a positive self-image can lead to a positive response. This trend has led to a shift in the perception of the term, with university students showing a higher interest in appearance, self-care, and modern lifestyles. Riau University, a leading university in Riau Province, is a prime example of this trend, with its students focusing on appearance and fitness as well as a positive self-image. This study aims to determine the activities, motivations, and self-image formation of students through body care and fitness activities using the approaches of Symbolic Interactionism Theory by George Herbert Mead, Hyperreality by Jean Baudrillard, and Lifestyle Theory by Kotler and Keller. The subjects selected in this study were six informants and one triangulator using the purposive sampling technique. This type of research is field research and uses a qualitative approach by Miles and Huberman. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that the media plays an important role in motivating individuals to achieve goals and influencing self-image and self-perception. The media industry, including social and intellectual media, influences self-perception through various factors, such as social status, family, and personal experience. The media aims to create products and services that promote self-perception, helping individuals achieve an idealized self-image.

Keywords: Self-Image, Metrosexual, Media.

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial, selalu terlibat dalam berbagai interaksi baik dengan individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu di dalam konteks berinteraksi dengan orang lain, penting untuk menyampaikan informasi sebagai tujuan utama. Namun, sebelum melakukan pertukaran informasi, individu seringkali lebih mengutamakan pembentukan dan perawatan.

Citra diri terbentuk dari bagaimana penilaian individu tersebut terhadap dirinya. Individu yang menilai penampilan fisiknya secara negatif cenderung akan memiliki citra diri yang rendah¹. Setelah citra diri terbentuk, individu cenderung memproyeksikan dan mengkomunikasikannya kepada orang lain melalui berbagai cara, seperti perilaku, bahasa tubuh, dan interaksi sosial. Ketika individu berinteraksi dengan orang lain, persepsi orang lain terhadap citra diri individu dapat mempengaruhi harapan dan reaksi mereka terhadap orang tersebut. Misalnya, individu yang memiliki citra diri yang percaya diri dan positif cenderung mendapatkan respons yang positif dari orang lain, sedangkan individu yang memiliki citra diri yang negatif atau kurang percaya diri mungkin menghadapi respons yang berbeda.

Menurut penelitian yang sebelumnya, sebagian besar (85%) dari remaja melaporkan terlibat dalam perbandingan sosial dengan teman sebaya, sementara proporsi yang lebih besar (90%) mengakui bahwa perbandingan semacam itu berdampak pada tingkat kepercayaan diri mereka. Sebagai contoh pada khusus ini,

perubahan yang terjadi sepanjang masa remaja, terutama yang bersifat fisik, mendorong remaja untuk terlibat dalam tindakan membandingkan diri mereka dengan teman sebayanya². Dampak fenomena ini terhadap kepercayaan diri para remaja, khususnya mereka yang berkarir di industri modeling, tidak boleh dianggap remeh. Penegasan ini didukung oleh pernyataan yang dibuat oleh Rubble, et al³, yang mengemukakan bahwa sepanjang masa remaja, individu cenderung terlibat dalam perbandingan sosial yang tinggi sambil menilai diri mereka sendiri, yang menyebabkan rasa ketidakpuasan dengan persepsi dirinya.

Sementara itu dengan rasa ketidakpuasan terhadap citra diri pada remaja seringkali mendorong mereka untuk mencari cara memperbaiki atau meningkatkan penilaian terhadap diri sendiri. Fenomena ini dapat dilihat dalam berbagai usaha remaja untuk memenuhi atau mendekati standar kecantikan dan maskulinitas yang diharapkan oleh lingkungan sosial dan media. Usaha untuk mencapai citra diri yang dianggap lebih baik, remaja sering kali terlibat dalam perilaku tertentu yang dapat mempengaruhi pandangan dan opini mereka terhadap diri sendiri.

Selain itu, lingkungan sosial di media sosial juga dapat menjadi sumber dukungan atau tekanan yang mempengaruhi citra diri seseorang. Konten body shaming atau ejekan terhadap penampilan fisik individu semakin banyak tersebar di platform digital, yang dapat merusak harga

¹ Eka Indah Fitrianti And Yohanes Kartika Herdiyanto, "Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana," *Jurnal Psikologi Udayana* 3, No. 2 (October 1, 2016), Accessed July 27, 2023, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/25245>.

² Thomas Cash, Pruzinsky, And T. (Eds, Cash, T.F., & Pruzinsky, T. (Eds.). *Body Image: A Handbook Of Theory, Research, And Clinical Practice*, 2002.

³ "Perkembangan Anak Jilid 1 / John W. Santrock; Alih Bahasa: Mila Rahmawati, Anna Kuswati; Editor: Wibi Kuswanti | Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau," Accessed July 27, 2023, <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=15009>.

diri dan citra diri seseorang. Di sisi lain, dukungan sosial dan penerimaan dari komunitas online dapat mempengaruhi perasaan positif tentang diri. Seperti halnya kasus Aurel Hermansyah kerap diejek karena memiliki kulit yang hitam dan gemuk saat ini, telah bertransformasi menjadi seleb sekaligus ibu yang cantik⁴, merupakan salah satu kasus yang harus diperhatikan.

Sosial media sebagai alat yang berfungsi menyebarkan *trend* ke seluruh kalangan masyarakat terutama kalangan remaja. Platform sosial media seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter telah menjadi tempat di mana *trend* kecantikan, fashion, olahraga, dan gaya hidup terbaru dengan cepat menyebar dan menjadi viral. Konten-konten yang berada di sosial media di dominasi oleh cara-cara seorang pria yang melakukan perawatan tubuhnya. Menurut beberapa kasus, perawatan tubuh bagi pria semakin mendapatkan perhatian dan popularitas. Beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan signifikan dalam *trend* perawatan tubuh bagi pria, terutama di kalangan remaja dan kaum muda. Hal ini sejalan dengan perkembangan konsep metroseksual yang semakin diterima dan diadopsi oleh banyak pria di berbagai kalangan.

Berkaitan dengan fenomena tersebut lahirlah sebuah istilah mengenai pria yang rajin merawat diri mereka yaitu pria metroseksual. Seperti dikemukakan oleh Handoko mengenai pria metroseksual merupakan seseorang yang peduli terhadap penampilan dirinya, memperhatikan *trendd fashion*, gaya rambut, bentuk tubuh serta

bergaya khas perkotaan⁵. Sesuai dengan perkembangan zaman, pada saat ini perawatan diri yang dilakukan oleh pria merupakan suatu hal yang tidak dikatakan tabu lagi. Banyak sekali faktor yang menyebabkan sehingga tidak lagi dikatakan tabu lagi seperti halnya faktor lingkungan pekerjaan, pertemanan, serta termotivasi untuk mengubah dirinya.

Tren metroseksual telah merambah di kalangan mahasiswa. Semakin banyak mahasiswa yang menunjukkan minat yang lebih tinggi terhadap penampilan, perawatan diri, dan gaya hidup modern. Padahal kalangan mahasiswa belum tergolong remaja yang cukup secara finansial, fenomena metroseksual yang merambah ke kalangan mahasiswa menunjukkan pergeseran persepsi tentang konsep metroseksual itu sendiri. Sebelumnya, istilah metroseksual sering kali dikaitkan dengan citra pria yang memiliki tingkat finansial yang mapan dan memiliki akses lebih untuk membeli produk perawatan diri dan pakaian mewah. Namun, *trend* terbaru menunjukkan bahwa mahasiswa, yang belum sepenuhnya mandiri secara finansial, juga menunjukkan minat yang tinggi terhadap penampilan dan perawatan diri.

Sementara itu Universitas Riau merupakan universitas terbaik di Provinsi Riau. Menurut data webometric.info mengenai ranking universitas yang berada di Provinsi Riau, Universitas Riau menduduki posisi nomor pertama. Selain itu lingkungan akademis yang tercipta di lingkungan kampus sangat berbeda dengan kampus lainnya di sekitarnya. Selain itu belum adanya penelitian yang dilakukan di mahasiswa Universitas Riau membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut.

⁴ “Kini Sukses Dan Terkenal, Ini 9 Seleb Yang Pernah Dibully Dan Diejek Jelek,” *Suara.Com*, Last Modified January 9, 2023, Accessed July 29, 2023, <https://www.suara.com/entertainment/2023/01/09/194500/Kini-Sukses-Dan-Terkenal-Ini-9-Seleb-Yang-Pernah-Dibully-Dan-Diejek-Jelek>.

⁵ Syifa Triswidiastuty And Yohanis Franz La Kahija, “Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual,” *Jurnal Empati* 4, No. 2 (2015): 58–64.

Trend metroseksual yang muncul di kalangan mahasiswa di Universitas Riau menunjukkan bahwa semakin banyak mahasiswa yang peduli dengan penampilan dan kebugaran tubuh mereka. Selain fokus pada prestasi akademik, para mahasiswa juga menyadari pentingnya citra diri yang menarik dan percaya diri. Studi pendahuluan yang dilakukan peneliti melalui pengamatan di kanal media sosial Duta Universitas Riau menunjukkan bahwa media sosial menjadi tempat berkumpulnya mahasiswa yang aktif merawat tubuh mereka.

Bukan hanya di kanal Duta Universitas Riau, namun juga pada beberapa akun Instagram himpunan mahasiswa jurusan, terlihat berbagai konten yang menampilkan cirikhas metroseksual. Konten-konten ini bisa berupa foto-foto atau video mahasiswa yang sedang berolahraga di pusat kebugaran, melakukan perawatan wajah atau kulit, hingga berbagi tips dan trik perawatan tubuh yang bisa diikuti oleh pengikutnya. Melalui eksistensi *trend* metroseksual di kalangan mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa saat ini tidak hanya berfokus pada aspek akademik semata, namun juga semakin menghargai pentingnya perawatan dan penampilan diri dalam mencapai *self image* yang positif. Hal ini tidak mengherankan mengingat peran media sosial dan *trend* kecantikan dan kebugaran yang semakin mendominasi platform tersebut. Oleh karena itu peneliti tertarik mengambil fenomena “*Self image* Mahasiswa dalam Gaya Hidup Metroseksual” untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme simbolik memperhatikan hubungan antar individu dalam masyarakat dan bagaimana individu menginterpretasikan makna dari situasi yang

dialaminya⁶. Individu dapat menjalankan hubungan sosial, berkomunikasi, serta memahami suatu proses sosial berkat adanya suatu interaksi. Selain itu dengan adanya simbol yang dinilai menciptakan sebuah makna yang nantinya akan menyebabkan terjalannya interaksi. Penerapan yang terjadi di masyarakat simbol menjadi alat yang sangat penting, karena simbol bisa membangun kenyamanan serta kedekatan tersendiri.

Untuk menyusun teori interaksionisme yang sampai saat ini digunakan, George Herbert Mead mengemukakan tiga konsep kritis yang sangat diperlukan serta dapat mempengaruhi satu sama lain⁷. Berikut ini merupakan teori yang telah disusun.

1. Pikiran (*Mind*)

Proses berpikir kognitif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manusia. Kemampuan untuk mengarahkan kontrol atas interaksi difasilitasi oleh proses kognitif pikiran, karena memiliki kapasitas untuk menghasilkan isyarat simbolis. Simbol berfungsi sebagai media komunikasi, karena mereka memiliki kapasitas untuk memperoleh tanggapan dari individu.

2. Diri sendiri (*Self*)

Proses pengambilan peran meliputi kepatuhan terhadap norma individu maupun

⁶ Raihan Akbar Khalil, Nurliana Cipta Apsari, And Hetty Krisnani, “Perilaku Menentang Protokol Kesehatan Dipengaruhi Oleh Teori Konspirasi Virus Covid-19 Ditinjau Dengan Teori Interaksionisme Simbolik,” *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 3, No. 2 (2021): 168–178, [Http://Jurnal.Unpad.Ac.Id/Jkrk/Article/View/35150/15968](http://Jurnal.Unpad.Ac.Id/Jkrk/Article/View/35150/15968).

⁷ Ardika Fateh Hukama, “Persepsi Masyarakat Pedesaan Terhadap Pendidikan Tinggi (Studi Analisis Teori George Herbert Mead),” *J-Pips (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)* 4, No. 1 (2017): 1–13, [Http://Jurnal.Unpad.Ac.Id/Jkrk/Article/View/35150/15968](http://Jurnal.Unpad.Ac.Id/Jkrk/Article/View/35150/15968).

standar kelompok, mulai dari norma keluarga, teman sebaya, komunitas, dan nasional.

3. Masyarakat (Society)

Eksistensi masyarakat tidak dapat dipungkiri terkait dengan kehidupan berbangsa dan bernegara. Masyarakat memiliki kepentingan yang signifikan di dalam suatu negara karena memainkan peran penting dalam membangun dan memelihara tatanan sosial yang berfungsi dengan baik. Melalui upaya kolektif para anggotanya, masyarakat memenuhi tujuan penting ini. Selain itu, masyarakat memiliki makna yang sangat penting dalam konteks masyarakat. Kehadiran komunitas memungkinkan individu untuk terlibat dalam interaksi sosial dengan orang lain.

Teori Hiperrealitas

Jean Baudrillard menggunakan kata hiperrealitas untuk menggambarkan bagaimana realitas dapat diproduksi. Realitas dapat dibuat oleh individu secara luas dan terang-terangan baik secara umum maupun pribadi. Baudrillard memandang simulasi sebagai metode atau taktik. Sementara hiperrealitas adalah produk dari aktivitas, keadaan, atau ruang material dan/atau pengalaman individu sebagai hasil dari proses tersebut, kekayaan intelektual adalah pekerjaan yang dilakukan oleh orang-orang tertentu. Menurut Baudrillard, awal era hiperrealitas ditandai dengan lenyapnya petanda, dan metafisika representasi, runtuhnya ideologi, dan bangkrutnya realitas itu sendiri, yang kemudian diambil alih oleh duplikasi dan dunia nostalgia serta fantasi. Tanda tidak lagi merepresentasikan sesuatu hal, oleh karena itu petanda sudah mati⁸.

Berbagai tulisan Baudrillard mengandung ciri dari teori postmodern.

⁸ "Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna / Oleh, Yasraf Amir Piliang"
<https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=1149625>, Diakses Pada 24 Jul. 2023.

Empat istilah kunci yang mendasari analisisnya adalah simulasi, media massa, tanda dan komunikasi mengenai simulasi yang berarti citra, simbol, gambar buatan, atau segala hal yang "menyembunyikan" kenyataan⁹. Dinunungkan dalam bukunya *Simulations*, Simulasi bukan menutupi kenyataan, namun kenyataan yang menutupi ketiadaan. Sehingga dapat dikatakan simulasi adalah nyata.

Terdapat Empat citra dari penampilan yang telah membentuk kultur Barat antara lain realistic yaitu keadaan sebenarnya, counterfeit yakni tahap alami yang dapat ditemukan lewat imitasi, production yaitu tahap produksi dan simulation yang merupakan simulacra dari simulasi, pembuatan informasi dan kode. Citra satu sampai tiga merupakan sebuah citra yang sudah terjadi pada tahun-tahun sebelumnya. Sedangkan citra ke empat yaitu simulasi menggambarkan kehidupan masyarakat saat ini. Simulasi berarti bahwa citra tidak terkait dengan kenyataan apapun¹⁰.

Simulasi tidak hanya berkaitan dengan tanda, namun juga menyangkut kekuasaan dan relasi sosial, dimana yang berlaku adalah tanda murni yang kehilangan referensinya. Simulasi dan kode seluruh realitas menuju hiperealitas dimana tidak ada lagi distingsi antara realitas dengan khayalan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada lagi realitas dasar yang diacu oleh objek dan tanda-tanda. Ini adalah era hiperrealitas. Disneyland adalah model sempurna dari bagaimana masing-masing orde saling berkaitan. Sebuah dunia buatan di mana semua nilai dimuliakan,

⁹ "Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan"
<https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/download/7985/6754>, Diakses Pada 24 Jul. 2023.

¹⁰ "Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan"
<https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/article/download/7985/6754>, Diakses Pada 24 Jul. 2023.

disimulasikan, dan dihadirkan kepada pemirsa¹¹.

Disamping itu hiperrealitas merupakan salah satu fenomena yang kini banyak kita temui di lingkungan bermasyarakat. Meningkatnya hiperrealitas juga ditandai dengan semakin banyaknya realitas yang dibuat oleh masyarakat demi merepresentasikan diri mereka sendiri. Salah satu yang mendukung adanya hiperrealitas ini adalah media. Media sosial terdapat banyak realitas yang dibuat baik tidak sengaja maupun dengan sengaja. Dengan adanya media, masyarakat dengan leluasa akan membuat realitas akan sesuatu hal yang bisa jadi berbeda jauh dengan realitas yang ada di lapangannya¹².

Adanya hiperrealitas pada media ini juga didukung dengan perkembangan teknologi masa kini yang begitu pesat dan memiliki kemungkinan untuk lebih berkembang di masa yang akan datang. Hal ini karena adanya konsumsi masyarakat yang semakin meningkat terhadap teknologi pula. Masyarakat menjadikan teknologi sebagai kebutuhan yang melekat pada keseharian mereka. Gaya hidup yang didukung dan dipermudah oleh teknologi inilah yang dipilih masyarakat dengan alasan praktis dan efektif.

Teori gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola

seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.¹³ Sedangkan menurut Setiadi gaya hidup adalah secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (pendapat)¹⁴.

Gaya hidup satu budaya akan berbeda dari yang lain. Terkadang, gaya hidup baik individu maupun kelompok dalam komunitas tertentu dapat menunjukkan pola perubahan yang dinamis. Gaya hidup dapat dilihat sebagai seperangkat perilaku yang berfungsi sebagai manifestasi dari masalah yang mendasarinya. Itu diamati pada individu yang terlibat dengan berbagai urusan terkait konsumen, terutama yang berkaitan dengan masalah emosional dan psikologis.¹⁵

Gaya hidup individu dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti motivasi konsumen, pembelajaran masa lalu, kelas sosial, demografi, dan elemen lain yang relevan. Gagasan gaya hidup mencakup nilai-nilai konsumen dan berfungsi sebagai representasi yang komprehensif.¹⁶ Perilaku individu dan keputusan mereka terhadap konsumsi pada akhirnya dapat ditentukan oleh pengaruh gaya hidup mereka. Pemahaman yang komprehensif tentang kepribadian memerlukan apresiasi terhadap ide gaya hidup.

Terdapat dua unsur berbeda yang mempengaruhi kehidupan individu: faktor internal, yang berasal dari dalam individu, dan faktor eksternal, yang berasal dari

¹¹ ""Postmodern Social Theory" - Jstor."

<https://www.jstor.org/stable/pdf/201888.pdf>.

Diakses Pada 24 Jul. 2023.

¹² "Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan"

<https://journal.uny.ac.id/index.php/informasi/articledownload/7985/6754>, Diakses Pada 24 Jul. 2023.

¹³ Kotler Dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 192.

¹⁴ J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Pt Kencana, 2008), 148.

¹⁵ J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Pt Kencana, 2010), 77-79.

¹⁶ James F. Engel, Et. Al., *Consumer Behavior*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 383.

sumber luar. Faktor internal, seperti sikap, pengalaman, pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi, berperan penting dalam membentuk perilaku individu. Faktor-faktor ini mempengaruhi bagaimana individu memandang dan menginterpretasikan dunia di sekitar mereka, serta bagaimana seseorang menanggapi berbagai situasi. Sikap mengacu pada evaluasi dan perasaan individu terhadap objek, orang, atau peristiwa, yang dapat mempengaruhi perilaku mereka. Pengalaman dan pengamatan, di sisi lain, mencakup pengetahuan dan wawasan yang diperoleh melalui pertemuan pribadi dan pengamatan orang lain, yang dapat membentuk keyakinan dan tindakan individu. Kepribadian, yang mencakup pola pemikiran, perasaan, dan perilaku yang bertahan lama, juga berkontribusi pada perilaku individu dengan memengaruhi kecenderungan dan preferensi. Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni sebagai berikut :

a. Kelompok Referensi.

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran.

Self Image

American Psychiatric Association Elf menyatakan *self image* atau citra diri adalah perspektif atau konsep diri seseorang, aspek terpenting dari kepribadian seseorang sehingga dapat menentukan keberhasilan suatu hubungan serta kesejahteraan seseorang secara keseluruhan¹⁷. Seseorang harus menciptakan citra dirinya sebaik mungkin agar masyarakat memberikan penilaian yang baik. Penilaian seseorang akan memberikan respon yang nantinya menjadi pertimbangan di dalam lingkup masyarakat.

Pembagian Gambaran Diri Menurut Potter dan Perry gambaran diri dibagi menjadi dua¹⁸, yaitu:

- a. Gambaran diri positif Kesadaran akan diri berdasarkan atas observasi mandiri dan perhatian yang sesuai akan kesehatan diri sendiri dan perasaan tentang ukuran fungsi, penampilan dan potensi tubuh,

¹⁷ Selvia And Yulinar, "Pengaruh Self Image Dan Penerimaan Sosial Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Yang Mengunggah Foto Selfie Di Media Sosial Instagram."

¹⁸ Potter & Perry, *Buku Ajar Fundamental Keperawatan* (Jakarta: Egc, 2005).

serta bisa menerima perubahan fisik yang terjadi.

- b. Gambaran diri negatif. Menarik diri dengan perubahan yang terjadi, tidak sadar akan dirinya dan memiliki persepsi yang tidak benar terhadap tubuhnya, gambaran ini dapat mempengaruhi proses yang berkaitan dengan bentuk dan fungsi tubuhnya

Menurut Atwater cara seseorang menerima citra dirinya tergantung pada pengaruh sosial dan budaya¹⁹. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai faktor-faktornya.

- a. Kebudayaan Gambaran diri (*self image*) dipengaruhi oleh budaya disekitar individu dan cara bagaimana budaya mengkomunikasikan norma yang ada tentang berat badan, ukuran tubuh, bentuk badan dan daya tarik fisik.

- b. Faktor sosial Faktor sosial diantaranya adalah media massa, bahwa media massa telah melakukan manipulasi dengan memberikan gambaran yang stereotipe yang menitik beratkan pada pesona daya tarik tanpa memperlihatkan kekurangan-kekurangan yang ada.

Pria Metroseksual

Konsep mengenai pria metroseksual pada dasarnya sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat secara umum. Pria metroseksual adalah sosok dengan penampilan yang terawat meniru dari penampilan gaya dandan pria di media massa²⁰. Sekarang ini media massa sangat berpengaruh menjadikan seseorang terinspirasi. Tidak jarang lagi ketika mulai

membuka handphone lalu bersosial media maka yang menjadi rujukan utamanya selalu mengarah ke inspirasi merubah penampilan yang sedang eksis. Hal tersebut dipengaruhi oleh penampilan menjadi sorotan utama yang mempresentasikan diri agar tidak tertinggal oleh perkembangan yang sedang beredar.

Berkaitan dengan yang dikemukakan oleh Maulyana Istilah ini di populerkan pada tahun 1994 untuk merujuk kepada pria (khususnya yang hidup pada masyarakat *post-industri*, dengan budaya kapitalis) yang menampilkan ciri-ciri atau stereotip yang sering dikaitkan dengan kaum pria metroseksual (seperti perhatian berlebihan kepada penampilan)²¹, meski dia bukanlah seorang homoseksual²¹. Masyarakat dengan budaya kapitalis yang telah dipaparkan di atas pada dasarnya memiliki pola berpikir yang sangat merujuk pada modernisasi. Modernisasi yang dimaksud merupakan suatu subjek yang sangat dipengaruhi oleh visualisasi objek sehingga mengakibatkan seseorang terpedaya serta terinspirasi untuk berubah

Sementara itu yang dipaparkan oleh Simpson mengenai metroseksual yaitu pria yang memiliki rasionalitas sendiri yaitu sifat narsistik yang tinggi sehingga selalu memperhatikan penampilannya dan memiliki gaya hidup metropolitan serta dapat ditemui di kota-kota metropolitan atau wilayah urban²². Kota Pekanbaru yang merupakan kawasan metropolitan yang menjadi tempat bernaungnya pria dengan kategori metroseksual. Sifat-sifat narsistik tersebut diwariskan sejalan dengan perkembangan modernitas yang semakin lama semakin tinggi. Akibatnya banyak ditemukan pergeseran kebiasaan-kebiasaan

¹⁹ Selviana And Yulinar, "Pengaruh Self Image Dan Penerimaan Sosial Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Yang Mengunggah Foto Selfie Di Media Sosial Instagram."

²⁰ Triswidiastuty And Kahija, "Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual."

²¹ Wulandari, "Metroseksual Dikota Makassar."

²² Triswidiastuty And Kahija, "Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual."

yang mempengaruhi terjadinya perubahan, seperti halnya semakin umum seorang pria mengubah dirinya agar menggambarkan dirinya semakin baik dan menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hyperrealitas

Teori hyperealitas Jean Baudrillard menyatakan bahwa masyarakat modern cenderung hidup dalam dunia hyperealitas, di mana perbedaan antara realitas dan representasi semakin kabur. Media massa berperan penting dalam menciptakan dunia hyperealitas ini dengan menyajikan gambaran yang sangat ideal dan diromantisasi tentang produk dan gaya hidup tertentu. Iklan dan promosi kosmetik, seperti produk perawatan kulit menciptakan gambaran yang melebih-lebihkan tentang manfaat dan hasil dari produk tersebut, sehingga menciptakan simulasi dan representasi yang terkadang jauh dari realitas.

Padahal simulasi memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap keberlangsungan hidup pada saat ini. Banyak sekali hal yang mempengaruhi munculnya simulasi salah satunya dengan adanya teknologi yang sangat membantu dalam keberlangsungan hidup manusia pada saat ini. Berkembangnya teknologi menciptakan meningkatnya konsumsi citra sehingga seseorang akan berbondong-bondong untuk mencoba sesuatu yang mereka nikmati.

Seperti halnya pada industri skincare dan kecantikan yang telah menciptakan citra tubuh yang ideal, di mana kulit tampak mulus, bebas dari masalah kulit, dan bercahaya. Citra ini seringkali diperlihatkan dalam iklan, media sosial, dan platform kecantikan, yang menjadi representasi dari kecantikan yang diinginkan dan diidamkan banyak orang. Padahal sebenarnya seseorang telah di giring pada kenyataan

realitas yang palsu yang diciptakan oleh simulasi.

Pernyataan Dhanu tentang menghilangkan jerawat hanya dengan menggunakan produk cuci muka mencerminkan bagaimana industri kosmetik menciptakan representasi atau simulasi yang melebih-lebihkan hasil dan manfaat dari produknya. Seseorang dihadapkan pada dunia hyperealitas di mana realitas asli sering kali kabur karena pengaruh dari representasi dan simulasi yang diciptakan oleh media dan industri kosmetik.

Selain itu juga didukung oleh pernyataan Imanuel yang mencoba berbagai produk dengan merek-merek berbeda, Imanuel juga terlibat dalam komunikasi simbolis di mana merek dan tanda-tanda produk menjadi penting dalam mempengaruhi persepsinya tentang keefektifan dan kualitas produk. Simulasi yang diciptakan oleh media massa dan promosi ini mempengaruhi persepsinya tentang kebutuhan untuk mencoba berbagai produk dan merek.

Seperti halnya dalam teori hyperealitas Jean Baudrillard, media massa dan promosi memiliki peran penting dalam menciptakan dunia hyperealitas di mana representasi dan simulasi melebih-lebihkan atau mengidealisasikan realitas asli. Ketika Hasballah melihat teman-teman sekelas dan seorganisasi yang aktif dalam perawatan dan kebugaran tubuh, seringkali media sosial menjadi media utama untuk mempromosikan gaya hidup sehat dan aktivitas kebugarannya. Gambaran yang dihadirkan melalui media sosial seringkali menjadi representasi yang ideal dan diromantisasi tentang kecantikan dan kebugaran tubuh, menggambarkan mereka sebagai sosok yang sehat, bahagia, dan berprestasi. Pada konteks ini, teori hyperealitas berpengaruh dalam cara seseorang mempersepsikan dan mencari tahu tentang gaya hidup sehat dan kebugaran tubuh. Inspirasi dari teman-teman Hasballah

yang telah "diwakilkan" sebagai sosok ideal dalam media sosial dapat mempengaruhi persepsi seseorang tentang pentingnya mengikuti aktivitas yang sama untuk mencapai citra diri yang diidamkan.

Berikutnya Raihan mengungkapkan bahwa dia sering melihat postingan di media sosial tentang orang-orang yang memiliki tubuh sehat dan bugar, yang membuatnya termotivasi untuk melakukan perawatan dan kebugaran tubuh agar bisa memiliki tubuh yang serupa. Korelasi antara hasil wawancara dengan teori hyperealitas dapat dijelaskan sebagai berikut: Raihan dipengaruhi oleh representasi dan simulasi yang dihadirkan melalui media sosial tentang tubuh sehat dan bugar. Media massa, khususnya media sosial, berperan dalam menciptakan dunia hyperealitas di mana citra-citra yang dihadirkan seringkali menggambarkan tubuh yang diidealisasikan dan melebih-lebihkan kecantikan fisik. Representasi ini dapat menciptakan ekspektasi dan impian yang tidak realistis, mempengaruhi persepsi Raihan tentang pentingnya mengikuti gaya hidup sehat yang dianggap sebagai citra diri yang diidamkan.

Demikian pula dengan pernyataan Abdul tentang motivasinya yang kuat untuk mengekspresikan dirinya di media sosial, Abdul merasa sangat termotivasi untuk mengekspresikan dirinya di media sosial karena adanya representasi dan simulasi yang dihadirkan oleh platform tersebut. Terutama melalui media sosial, dunia hyperealitas menciptakan citra-citra yang mengidealisasikan dan membesar-besarkan aspek tertentu dalam kehidupan. Representasi ini dapat menciptakan ekspektasi dan impian yang tidak realistis, mempengaruhi persepsi Abdul tentang pentingnya mengekspresikan diri di media sosial sebagai bagian dari citra diri yang diidamkan.

Lain halnya dengan informan Faizul yang memanfaatkan perawatan dan

kebugaran tubuhnya sebagai penunjang kesehatannya. Ia tidak termakan oleh simulasi yang telah diciptakan. Kesadaran Faizul tentang pentingnya kesehatan tubuh menunjukkan bahwa ia memiliki pemahaman yang baik tentang arti sebenarnya dari perawatan dan kebugaran. Dia mungkin memiliki tujuan jangka panjang untuk menjaga kesehatan dan kualitas hidupnya, bukan hanya terpaku pada penampilan fisik semata.

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan, mayoritas informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa pengaruh media memiliki peran yang dominan dalam motivasi mereka untuk mengubah diri, terutama dalam konteks kecantikan dan penampilan. Industri media, khususnya media sosial dan iklan, telah menciptakan citra dan representasi tentang kecantikan yang dianggap ideal dan diidamkan oleh banyak orang. Hal ini dapat menyebabkan seseorang merasa tidak puas dengan penampilan mereka sendiri dan mempertanyakan kecantikan mereka. Mereka mungkin merasa tidak cukup baik atau tidak dihargai jika mereka tidak memenuhi standar kecantikan yang ditetapkan oleh media.

Gaya Hidup

Gaya hidup adalah suatu konsep yang mencakup pola hidup, aktivitas sehari-hari, dan pengeluaran waktu serta uang seseorang. Definisi ini menggambarkan bagaimana individu menjalani kehidupan sehari-hari dan bagaimana mereka memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan orang lain.²³ Gaya hidup dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk motivasi konsumen, pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lainnya. Motivasi konsumen dan pembelajaran

²³ James F. Engel, Et. Al., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binapura Aksara, 1994), 383

sebelumnya berperan dalam membentuk preferensi dan kecenderungan konsumsi individu terhadap berbagai produk dan layanan. Kelas sosial dan demografi mempengaruhi pilihan-pilihan konsumen dalam mencari gaya hidup yang sesuai dengan identitas sosial dan budaya mereka. Sebagai konsepsi ringkasan, gaya hidup mencerminkan nilai-nilai dan preferensi konsumen, serta bagaimana mereka mengalokasikan sumber daya mereka untuk mencapai kehidupan yang diinginkan. Gaya hidup menjadi cerminan dari identitas dan kepribadian seseorang, serta mencerminkan bagaimana seseorang berinteraksi dengan lingkungan dan masyarakat di sekitarnya.

Seperti halnya dengan informan Dhanu terlihat memiliki gaya hidup yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Aktivitas dan minat konsumen Dhanu tercermin dalam minatnya berbelanja produk dari Aplikasi Oren dan aktif di media sosial serta ikut organisasi. Dhanu juga menunjukkan perilaku yang cenderung mencari kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja, lebih memilih berbelanja online melalui aplikasi daripada berbelanja di toko fisik. Selain itu, ia mudah terpengaruh oleh *trend* dan influencer di media sosial, yang memengaruhi pilihannya dalam membeli produk. Gaya hidupnya juga mencerminkan nilai-nilai untuk mengekspresikan diri dan selalu tampil modis sesuai dengan *trend* fashion terkini. Dhanu adalah konsumen yang adaptif dan selalu menyesuaikan diri dengan lingkungannya, sehingga gaya hidupnya tercermin dalam kemampuannya untuk mengikuti *trend* dan gaya hidup di kalangan teman-temannya. Teori gaya hidup Menurut Kotler dan Keller memberikan wawasan tentang bagaimana gaya hidup seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam lingkungan sekitarnya.

Teori gaya hidup juga menunjukkan bagaimana perilaku dan pilihan konsumen dipengaruhi oleh berbagai aspek dalam

lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, *self image* Raihan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidupnya. Kebutuhan untuk meningkatkan percaya diri dan merasa lebih baik tentang diri sendiri mendorongnya untuk mencari solusi melalui produk kecantikan dan alat kebugaran.

Ia mengutamakan keindahan fisik sebagai tujuan utama dalam menjalankan perawatan dan kebugaran tubuhnya. Ia menganggap bahwa dengan penampilan yang baik, orang lain akan mempresentasikannya dengan lebih baik, sehingga ia dapat menjadi panutan bagi orang lain. Pernyataan ini mencerminkan gaya hidup yang sangat memprioritaskan penampilan dan citra tubuh. Motivasinya untuk menjadi panutan menunjukkan dorongan untuk menginspirasi orang lain dalam hal penampilan dan kebugaran. Ia juga menyadari betapa pentingnya penampilan di era sekarang, terutama di sosial media, yang mempengaruhi persepsi diri dan keinginan untuk mencapai standar kecantikan yang dipopulerkan oleh media tersebut. Dalam konteks teori gaya hidup, Imanuel menempatkan penampilan fisik dan kebugaran tubuh sebagai pusat nilai-nilai dan preferensinya, yang dapat mempengaruhi pilihan dan perilaku gaya hidupnya secara keseluruhan. Meskipun demikian, perlu diingat bahwa teori gaya hidup adalah satu dari banyak pendekatan yang mempengaruhi kehidupan seseorang, dan individu memiliki keunikan dalam memandang dan merespons aspek gaya hidupnya.

Selain itu Faizul menggambarkan bahwa gaya hidupnya telah memberikan dampak positif pada kesehatan fisik dan mentalnya. Ia merasa lebih sehat, bugar, dan percaya diri. Hal ini mencerminkan bahwa gaya hidupnya mungkin mencakup pola makan yang sehat, rutinitas olahraga, dan fokus pada kesehatan secara keseluruhan. Dampak positif dari gaya hidupnya juga

tercermin dalam produktivitas belajar yang meningkat. Keteraturan dan kedisiplinannya dalam menjalani gaya hidup yang sehat mungkin telah berkontribusi pada kemampuannya untuk lebih fokus dan efisien dalam belajar. Kesehatan fisik yang lebih baik juga dapat berdampak positif pada kinerja kognitif dan konsentrasi, yang dapat meningkatkan keberhasilan belajar Faizul.

Preferensi gaya hidup individu sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk nilai-nilai, motivasi, lingkungan sosial, dan persepsi diri. Dari analisis sebelumnya, kita dapat mengidentifikasi beberapa preferensi gaya hidup yang muncul dari pernyataan yang disampaikan. Pertama, orientasi pada penampilan fisik menjadi tujuan utama bagi individu yang mengutamakan perawatan dan kebugaran tubuh sebagai sarana untuk mencapai keindahan fisik dan ingin dilihat dan diakui oleh orang lain. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya penampilan fisik dan citra tubuh baginya dalam gaya hidupnya.

Kedua, ada juga individu yang lebih fokus pada prioritas kesehatan dan kesejahteraan. Gaya hidup ini mencakup pola makan sehat, rutinitas olahraga, dan mencapai keseimbangan fisik dan mental yang lebih baik. Dampak positifnya terasa pada kesehatan tubuh dan mentalnya, serta memberikan perasaan bahagia dalam menjalani hidup sehari-hari. Selain itu, pengaruh media sosial juga dapat mempengaruhi preferensi gaya hidup seseorang. Seperti yang diakui oleh Imanuel, citra tubuh yang dipromosikan oleh media sosial dapat memengaruhi persepsi diri dan memotivasi individu untuk mencapai standar kecantikan yang dipopulerkan tersebut.

Media sosial telah menjadi platform utama untuk memperlihatkan gaya hidup dan penampilan fisik. Representasi tubuh ideal yang diperlihatkan di media sosial sering kali dipengaruhi oleh hyperealitas, yaitu gambar tubuh yang telah diedit atau

disempurnakan untuk mencapai standar kecantikan yang sangat tinggi. Orang yang mengidentifikasi diri mereka dengan teori gaya hidup yang fokus pada penampilan fisik mungkin terpengaruh oleh representasi ini dan mencoba untuk mencocokkan diri dengan gambaran tubuh yang dianggap ideal tersebut.

Selain itu dalam industri kecantikan sering menggunakan hyperealitas dalam kampanye pemasaran mereka untuk menggambarkan produk dan perawatan tertentu sebagai solusi sempurna untuk mencapai penampilan yang diinginkan. Orang yang berfokus pada gaya hidup yang mencakup perawatan tubuh dan penampilan fisik mungkin termotivasi untuk mencoba produk-produk ini karena menganggapnya sebagai jalan menuju penampilan yang sempurna.

Selanjutnya aspek pengaruh hyperealitas dalam pembentukan *self image* sangat kompleks dan dapat bervariasi dari individu ke individu. Selain itu, peran teori gaya hidup dan hyperealitas terhadap *self image* dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pribadi seseorang. Gaya hidup dapat mendorong adanya hyperealitas seseorang ketika citra diri seseorang direkayasa atau disempurnakan secara digital, sehingga menciptakan representasi yang tampak sempurna namun tidak selalu merefleksikan realitas sebenarnya. Gaya hidup yang didorong oleh budaya konsumerisme dapat memperkuat hyperealitas. Industri kecantikan dan mode terus mengiklankan produk dan layanan yang menjanjikan hasil sempurna, mendorong individu untuk mencari cara untuk mencapai citra tubuh ideal.

Penampilan fisik, kebugaran, dan kecantikan juga dapat menghasilkan hyperealitas. Orang mungkin merasa terdorong untuk menciptakan citra diri yang sempurna melalui berbagai perawatan dan tindakan yang dapat menciptakan gambar

tubuh yang tidak realistis. Perbandingan sosial juga dapat mendorong adanya hyperealitas. Ketika individu terus-menerus membandingkan diri mereka dengan orang lain yang tampaknya memiliki penampilan atau kehidupan yang lebih baik di media sosial, mereka mungkin merasa tertekan untuk menciptakan citra diri yang lebih ideal.

Kesimpulan

Self image mahasiswa dalam gaya hidup metroseksual dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada hasil penelitian yang telah dilakukan, mayoritas informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa pengaruh media memiliki peran yang dominan dalam motivasi mereka untuk mengubah diri, terutama dalam konteks kecantikan dan penampilan. Industri media, khususnya media sosial dan iklan, telah menciptakan citra dan representasi tentang kecantikan yang dianggap ideal dan diidamkan oleh banyak orang.
2. Mayoritas informan mengungkapkan bahwa pengaruh media memiliki peran yang dominan dalam motivasi mereka untuk mengubah diri, terutama dalam konteks kecantikan dan penampilan. Industri media, khususnya media sosial dan iklan, telah menciptakan citra dan representasi tentang kecantikan yang dianggap ideal dan diidamkan oleh banyak orang.
3. Gaya hidup dapat mendorong adanya hyperealitas seseorang ketika citra diri seseorang direkayasa atau disempurnakan secara digital, sehingga menciptakan representasi yang tampak sempurna namun tidak selalu merefleksikan realitas sebenarnya. Gaya hidup yang didorong oleh budaya konsumerisme dapat memperkuat hyperealitas. Industri kecantikan dan mode terus mengiklankan produk dan layanan yang menjanjikan hasil sempurna, mendorong individu

untuk mencari cara untuk mencapai citra tubuh ideal.

Saran

Berdasarkan pada penelitian ini yang berjudul *Self image* mahasiswa dalam gaya hidup metroseksual, penulis memberikan saran yakni:

1. Kepada peneliti selanjutnya penting untuk memperluas sampel penelitian agar mencakup variasi yang lebih luas dari individu dengan orientasi metroseksual. Hal ini bisa mencakup variasi latar belakang budaya, usia, dan gender. Hasil penelitian akan lebih mewakili populasi yang lebih luas dan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana orientasi metroseksual berhubungan dengan self-image.
2. Kepada pengguna internet terutama sosial media memecah bubble effect yang ada pada algoritma sosial media, dengan memecahkan algoritma sosial media akan mengurangi munculnya potensi iklan yang ada pada sosial media yang nantinya akan menimbulkan ketagihan.
3. Pihak Universitas Riau seharusnya menyediakan fasilitas berupa perlengkapan Gym yang memadai seperti halnya kampus-kampus yang telah memiliki peralatan tersebut yang lengkap. Hal tersebut dikarenakan pada saat ini Gym merupakan suatu kebutuhan yang sangat wajib, mengingat trend perkotaan mengenai konsep metroseksual sudah menjadi budaya sekarang ini.
4. Selain itu kampus seharusnya juga menyediakan klinik dan beauty store perawatan penunjang perawatan tubuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). *Consumer behavior* (10th ed.). Thomson/South-Western.

- Cash, Thomas, Pruzinsky, And T. (Eds. *Cash, T.F., & Pruzinsky, T. (Eds.). Body Image: A Handbook Of Theory, Research, And Clinical Practice*, 2002.
- Denzin, N. K. (1986). "Postmodern Social Theory." *Sociological Theory*, 4(2), 194. <https://doi.org/10.2307/201888>
- Douglas, C., Rebeiro, G., Crisp, J., & Taylor, C. (2021). *Potter & Perry's Fundamentals of Nursing - Australian Version*. Elsevier Health Sciences Apac.
- Fitria, H. (2016). Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan). *Informasi*, 45(2), 87. <https://doi.org/10.21831/Informasi.V4i2.7985>
- Fitrianti, Eka Indah, And Yohanes Kartika Herdiyanto. "Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana." *Jurnal Psikologi Udayana* 3, No. 2 (October 1, 2016). Accessed July 27, 2023. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/25245>.
- Hukama, Ardika Fateh. "Persepsi Masyarakat Pedesaan Terhadap Pendidikan Tinggi (Studi Analisis Teori George Herbert Mead)." *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)* 4, No. 1 (2017): 1–13. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkrk/article/view/35150/15968>.
- Khalil, Raihan Akbar, Nurliana Cipta Apsari, and Hetty Krisnani. "Perilaku Menentang Protokol Kesehatan Dipengaruhi Oleh Teori Konspirasi Virus Covid-19 Ditinjau Dengan Teori Interaksionisme Simbolik." *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 3, No. 2 (2021): 168–178.
- Kini Sukses dan Terkenal, Ini 9 Seleb yang Pernah Dibully dan Diejek Jelek. (2023, January 9). Suara.com. <https://www.suara.com/entertainment/2023/01/09/194500/kini-sukses-dan-terkenal-ini-9-seleb-yang-pernah-dibully-dan-diejek-jelek>
- Kotler, Phillip Dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: Pt. Indeks.
- Nugroho J. Setiadi. (2015). *Perilaku Konsumen*. Kencana.
- "Perkembangan Anak Jilid 1 / John W. Santrock; Alih Bahasa: Mila Rahmawati,Anna Kuswati; Editor: Wibi Kuswanti | Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau." Accessed July 27, 2023.
- Piliang, Y. A. (2003). Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna (Pp. 325–330). Jalasutra. <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=1149625>
- Selviana, S, And S Yulinar. "Pengaruh *Self Image* Dan Penerimaan Sosial Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Yang Mengunggah Foto Selfie Di Media Sosial Instagram." *Jurnal Ikra-Ith Humaniora* 6, No. 1 (2022): 37–45. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/1483/1209>.
- Triswidiastuty, Syifa, And Yohanis Franz La Kahija. "Memahami Makna Menjadi Pria Metroseksual." *Jurnal Empati* 4, No. 2 (2015): 58–64.
- Wulandari, Tenry M. "Metroseksual Dikota Makassar." *Eprints.Unm*, No. 1 (2021): 2013–2015.