

ABSTRACT

Afidah, Ari. *Metrosexual Masculinity in the Trend of Men Using Skincare.* Thesis. English Literature Study Program. English Language and Literature Department. Faculty of Humanities. Jenderal Soedirman University. Purwokerto. Supervisor 1: Tribuana Sari, S.S., M.Si. Supervisor 2: Dr. Lynda Susana Widya A F, S.S., M.Hum., External Examiner: Tri Murniati, S.S., M.Hum., Ph.D Secretary: Eni Nur Aeni, S.S., M.A

Nowadays, skincare is no longer a new thing for men. The lifestyle of modern society that views physical appearance as an important aspect has influenced men to start commonly using skincare. The purpose of this research is to show metrosexual masculinity in the practices of skincare consumption by men. The data from this research were analyzed by using qualitative methods. The research data were obtained from questionnaires and in-depth interviews with five respondents. The primary theoretical frameworks for examining the data in this research are theories of consumption by McKay (1997), Sassatelli (2007) and metrosexual masculinities by Matthew Hall (2014). Four out of five respondents in this research are metrosexual men who fulfill metrosexual characteristics, namely sophistication, femininity and heterosexuality. Of the three characteristics, only one respondent did not fulfill the metrosexual characteristics based on Hall's theory. The result shows that four out of five respondents display metrosexual identities which were developed through their practice of skincare consumption in their daily activities.

Keywords: Consumption, metrosexual, skincare

ABSTRAK

Afidah, Ari. *Metrosexual Masculinity in the Trend of Men Using Skincare.* Skripsi. Program Studi Sastra Inggris. Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris. Fakultas Ilmu Budaya. Universitas Jenderal Soedirman. Purwokerto. Pembimbing 1 Tribuana Sari, S.S., M.Si. Pembimbing 2: Dr. Lynda Susana Widya A F, S.S., M.Hum., Penguji Eksternal: Tri Murniati, S.S., M.Hum., Ph.D, Sekretaris: Eni Nur Aeni, S.S., M.A

Saat ini, skincare bukan lagi hal baru bagi laki-laki. Gaya hidup masyarakat modern yang memandang penampilan fisik sebagai aspek yang penting membuat laki-laki terpengaruh untuk mulai menggunakan skincare. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan metroseksual maskulinitas dalam praktik konsumsi skincare oleh laki-laki. Peneliti menggunakan metode kualitatif dalam menganalisis data penelitian ini. Data penelitian ini diperoleh dari kuisioner dan wawancara secara mendalam dengan lima responden. Teori konsumsi dari McKay (1997), Sassatelli (2007) dan teori metroseksual maskulinitas dari Matthew Hall (2014) menjadi landasan utama dalam menganalisa data dalam penelitian ini. Data penelitian ini berdasarkan teori konsumsi dari Empat dari lima responden dalam penelitian ini adalah metroseksual yang memenuhi karakteristik metroseksual yaitu sophistication, femininity dan heterosexuality. Dari tiga karakteristik metroseksual, hanya satu reaponden yang tidak memenuhi karakteristik metroseksual berdasarkan teori Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat dari lima responden menunjukkan identitas metroseksual yang dikembangkan melalui praktek konsumsi skincare dalam aktivitas sehari-hari mereka.

Kata kunci: Konsumsi, metroseksual, skincare