

## Gaya Komunikasi dalam *Social-Adjustment* pada Laki-Laki Metroseksual di Kota Medan

**Ahmad Gifari Alamsyah, Nurbani, Emilia Ramadhani**  
Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia  
Email penulis korespondensi: ahmadgifari@students.usu.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji gaya komunikasi laki-laki metroseksual di Kota Medan dalam menghadapi stigma sosial dan norma tradisional. Menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap lima informan berusia 18–50 tahun dan dianalisis dengan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian mengungkapkan empat gaya komunikasi utama yang digunakan informan, yaitu dominan, terbuka, bersahabat, dan reflektif. Gaya dominan digunakan untuk menegaskan identitas dan membangun citra profesional, sementara gaya terbuka dan bersahabat memungkinkan terciptanya dialog yang inklusif dan nyaman. Gaya reflektif menunjukkan kedalaman pengalaman pribadi serta pemaknaan terhadap identitas diri. Temuan ini menunjukkan bahwa laki-laki metroseksual mampu menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan konteks sosial yang ada, sekaligus berkontribusi pada pemahaman yang lebih luas mengenai identitas gender nonkonvensional dalam masyarakat modern.

**Kata-kata Kunci:** Gaya Komunikasi; Laki-Laki Metroseksual; *Social Adjustment*; Identitas Gender; Kota Medan

### ABSTRACT

*This study examines the communication styles of metrosexual men in Medan City in dealing with social stigma and traditional norms. Using a phenomenological qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with five informants aged 18–50 years and analyzed using the Miles and Huberman model. The results revealed four main communication styles used by the informants, namely dominant, open, friendly, and reflective. The dominant style is used to assert identity and build a professional image, while the open and friendly styles enable inclusive and comfortable dialogue. The reflective style reflects the depth of personal experience and the meaning attributed to one's identity. These findings suggest that metrosexual men are capable of adapting their communication styles to the existing social context, thereby contributing to a broader understanding of non-conventional gender identity in modern society.*

**Keywords:** Communication Style; Metrosexual Men; Social Adjustment; Gender Identity; Medan City

**Korespondensi:** Ahmad Gifari Alamsyah. Universitas Sumatera Utara. Jalan Dr. T. Mansur No.9, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20222. Email: ahmadgifari@students.usu.ac.id

## PENDAHULUAN

Fenomena laki-laki metroseksual semakin berkembang di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, hingga Medan. Seorang laki-laki yang peduli dengan penampilan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan menyesuaikan diri dengan gaya hidup modern. Pria metroseksual membentuk cara berinteraksi yang sejalan dengan lingkungannya dan cenderung memilih gaya hidup yang setara demi komunikasi yang baik. Gaya hidup ini dipilih sebagai bentuk adaptasi dan untuk mendapatkan pengakuan sosial, sekaligus menunjukkan bahwa maskulinitas juga bisa mencakup perawatan diri dan ekspresi estetika (Chiu dkk., 2019). Istilah metroseksual pertama kali muncul di surat kabar *Independent* di Inggris pada tahun 1994 dalam sebuah artikel yang ditulis oleh Mark Simpson (Schlarbaum & Warshaw, 2021). Menurut Mark dalam (Putranto dkk., 2022), kaum metroseksual adalah *a dandyish narcissist in love not only himself, but his urban lifestyle* atau lelaki yang tidak hanya mencintai dirinya sendiri melainkan juga mencintai gaya hidup kota besar yang dijalaninnya (Azis dkk., 2022). Laki-laki metroseksual merupakan laki-laki yang mementingkan penampilan dan cenderung mengkonsumsi segala sesuatu untuk merawat dan mempercantik dirinya. Laki-laki metroseksual pada umumnya ditemukan di kota-kota besar, memiliki pendapatan yang tinggi dan memiliki gaya hidup urban yang *glamor*, hedonis, narsistik (Banerjee & Namboodiri, 2018). Tidak heran bahwa laki-laki yang memutuskan dirinya untuk menjadi metroseksual terkena stigma sebagai seorang homoseksual. Khususnya pada masyarakat tradisional atau lebih dikenal sebagai masyarakat desa yang sangat awam melihat laki-laki yang menjaga kebersihan, putih, *glowing*, dan wangi karena dianggap bahwa mereka sudah melewati batas sisi maskulinitasnya sebagai laki-laki (Daulay, 2016).

Perawatan diri memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan diri (*self-confidence*) laki-laki metroseksual. Menurut penelitian dari Pradani & Suhanti (2020) menunjukkan bahwa laki-laki yang rutin merawat diri, baik melalui perawatan kulit, *grooming*, maupun *fashion*, cenderung merasa lebih baik tentang penampilan mereka. Ini berdampak langsung pada bagaimana mereka berinteraksi dalam situasi sosial dan profesional. Dalam situasi sosial, mereka lebih terbuka dan nyaman bergaul, sementara dalam konteks profesional, mereka merasa lebih yakin saat berkomunikasi dengan rekan kerja, atasan, atau klien, yang dapat berdampak positif pada hubungan dan kesuksesan di tempat kerja.

Penelitian yang dilakukan oleh Alamsyah & Sumanti (2023) menunjukkan bahwa pria metroseksual menganggap gaya hidup mereka sebagai hal yang normal dan berpikir bahwa menjaga penampilan tetap menarik adalah hal yang penting untuk aktivitas sehari-hari. Konsep diri pria metroseksual adalah kepedulian diri terhadap nilai penampilan mereka terhadap lingkungan sekitar sebagai bentuk kepuasan diri untuk kesenangan pribadi yang menghasilkan pengakuan publik dari apa yang mereka kenakan; Rintangan komunikasi interpersonal dan nada atau stigma yang kurang baik seperti dijuluki tidak jantan, tidak maskulin, takut panas, feminin, terlihat seperti wanita, pria yang atraktif, dan kebingungan seksual yang klise. Laki-laki metroseksual di Medan memiliki konsep diri secara fisik, psikologis, dan sosial. Selain itu, laki-laki metroseksual di kota Medan memiliki membenaran tersendiri yang membenarkan gaya hidup mereka sebagai laki-laki metroseksual, antara lain citra diri yang positif, kepribadian yang baik, dan sikap yang baik terhadap lingkungan sekitar.

Kehadiran laki-laki metroseksual bukan semata-mata ingin menyaingi perempuan dalam berpenampilan di ruang publik maupun di lingkungan masyarakat. Pada kenyataannya laki-laki metroseksual bukanlah laki-laki yang bersolek seperti perempuan dengan lemah gemulainya, dan berpakaian seperti perempuan yang sering disebut banci tetapi mereka tetap menjadi laki-laki seutuhnya (Vas dkk., 2016). Tetapi mereka memiliki cara tersendiri untuk merawat dirinya seperti dengan pergi ke tempat kebugaran, membeli *skincare* dan mengikuti *trend fashion* pada masa kini. Fenomena metroseksual membawa dampak positif yaitu dapat mendorong laki-laki untuk lebih mengikuti perkembangan dan lebih memperhatikan penampilannya (Bano & Shari, 2020).

Laki-laki metroseksual sangat identik dengan laki-laki yang lembut, bawel dan memiliki kemampuan yang baik dalam berinteraksi dengan lawan bicaranya (Clarke & Braun, 2019). Presentasi diri yang dilakukan laki-laki metroseksual di depan orang lain bertujuan memberikan kesan yang baik dengan cara mengatur tata cara semilakunya agar orang lain dapat memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang diinginkan (Sin & Omar, 2020). Dengan ini menunjukkan bahwa tren yang diikuti laki-laki metroseksual bukan hanya soal penampilan melainkan juga memperhatikan tata cara berkomunikasi yang baik di depan orang lain. Seperti temuan studi yang dilakukan Kaplan (2016) menunjukkan bahwa laki-laki metroseksual pada sosok *frontliner* memiliki konsep dirinya sendiri dengan memperhatikan tata bahasa dalam berkomunikasi secara verbal dengan bahasa yang tepat maupun non-verbal seperti mengatur bahasa tubuh, posisi tubuh, isyarat dan bau-bauan.

Laki-laki metroseksual dikenal sebagai individu yang sangat memperhatikan penampilan, gaya hidup, dan perawatan diri, yang kerap kali menyimpang dari konstruksi maskulinitas

tradisional. Dalam kehidupan sosialnya, mereka menghadapi berbagai bentuk respons sosial, mulai dari penerimaan hingga stigma. Dalam situasi seperti ini, penyesuaian sosial (*social adjustment*) menjadi proses penting yang harus dilalui. Salah satu aspek utama dalam proses ini adalah bagaimana mereka berkomunikasi dan membentuk interaksi sosial yang efektif dengan lingkungan sekitarnya. Gaya komunikasi yang digunakan mencerminkan bagaimana individu menyesuaikan diri, membangun identitas, serta merespons persepsi sosial terhadap keberadaan mereka sebagai laki-laki metroseksual.

Gaya komunikasi dari Robert W. Norton dalam Liliweri (2017) yang mengklasifikasikan sepuluh tipe gaya komunikasi interpersonal, seperti gaya dominan, dramatis, bersahabat, hingga gaya yang tepat. Setiap gaya komunikasi mengandung elemen verbal dan nonverbal yang berbeda dalam menyampaikan pesan dan membentuk relasi sosial. Dengan mengkaji gaya komunikasi laki-laki metroseksual di Medan berdasarkan kategori Norton, untuk memahami komunikasi digunakan sebagai bagian dari upaya *social-adjustment* di tengah tekanan norma budaya dan ekspektasi gender. Melalui pendekatan ini, dapat diketahui bahwa gaya komunikasi tidak hanya mencerminkan cara berbicara, tetapi juga menjadi alat untuk menciptakan kesan, memperoleh penerimaan, dan mempertahankan eksistensi diri dalam kehidupan sosial urban yang kompleks. Salah satu aspek penting dalam proses *social-adjustment* adalah gaya komunikasi yang digunakan oleh laki-laki metroseksual dalam berinteraksi dengan orang lain. Gaya komunikasi yang terbuka, empatik, dan mendukung sangat penting untuk membangun hubungan sosial yang positif dan menepis stereotip yang mengaitkan gaya hidup metroseksual dengan penyimpangan seksualitas (Rosenmann dkk., 2018). Menurut Devito (2018) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif melibatkan keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Bagi laki-laki metroseksual, keterbukaan dalam berbicara mengenai identitas dan ekspresi diri mereka dapat membantu meredakan kesalahpahaman dan stigma negatif yang berkembang di sekitar mereka.

Melalui gaya komunikasi yang terbuka, laki-laki metroseksual dapat menjelaskan bahwa perhatian mereka terhadap penampilan fisik dan gaya hidup bukanlah indikasi dari ketidaksesuaian orientasi seksual, tetapi lebih kepada pemenuhan kebutuhan diri dan penegasan identitas mereka. Selain itu, dengan menggunakan gaya komunikasi yang empatik dan mendukung, mereka dapat mengajak orang lain untuk lebih memahami posisi mereka dan menepis kesan negatif yang timbul dari norma sosial yang kurang fleksibel terhadap peran gender. Sikap yang lebih terbuka dan mendukung dalam komunikasi juga memungkinkan mereka untuk membangun hubungan sosial yang lebih sehat dan mengurangi rasa terisolasi yang sering kali dialami oleh individu yang berada di luar norma sosial dominan.

Proses *social-adjustment* penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial merupakan langkah penting bagi laki-laki metroseksual dalam menghadapi stigma yang mengaitkan mereka dengan penyimpangan seksualitas (Kang dkk., 2020). Rahmania (2023) menyatakan bahwa *social-adjustment* mencakup dimensi penampilan nyata, penyesuaian terhadap kelompok, sikap sosial, dan kepuasan pribadi. Laki-laki metroseksual yang berhasil menyesuaikan penampilan mereka dengan norma sosial yang ada akan lebih mudah diterima dalam berbagai kelompok sosial. Penampilan nyata yang mereka tampilkan, yang sering kali dipersepsikan lebih feminin, sebenarnya bukanlah indikator dari orientasi seksual yang berbeda, melainkan sebuah bentuk perhatian terhadap penampilan diri yang sehat dan estetis.

Penelitian ini menggunakan teori Interaksionisme Simbolik merupakan pendekatan dalam ilmu sosial yang menyoroti individu membentuk identitas dan makna hidup melalui interaksi sosial yang sarat simbol. Teori ini dikembangkan oleh George Herbert Mead dan tokoh lainnya sebagai respons terhadap pendekatan behavioristik yang mengabaikan aspek mental dan sosial (Derung, 2017). Dalam pandangan Mead dalam (Ali dkk., 2022; Salvini, 2019; Sasongko dkk., 2019), identitas seseorang terbentuk melalui tiga unsur utama: *mind* (pikiran), yaitu kemampuan berpikir yang muncul dari komunikasi simbolik; *self* (diri), yaitu kesadaran individu terhadap dirinya yang berkembang lewat proses mengambil peran orang lain; dan *society* (masyarakat), yaitu ruang simbolik tempat individu belajar norma, nilai, dan peran sosial. Dalam penelitian ini mengkaji laki-laki metroseksual, teori ini menjelaskan bagaimana identitas maskulinitas modern dibentuk melalui simbol-simbol sosial seperti gaya berpakaian, perawatan tubuh, dan estetika yang dipengaruhi oleh interaksi dengan lingkungan. Interaksionisme Simbolik membantu memahami bahwa pilihan gaya hidup bukan sekadar ekspresi pribadi, tetapi hasil dari proses sosial dan interpretasi makna yang terus berkembang.

Penelitian ini memiliki sebuah upaya untuk menepis dan mencoba menjawab stigma yang mengaitkan laki-laki metroseksual dengan penyimpangan seksualitas. Tentu saja, beberapa penelitian sebelumnya yang menyoroti fenomena metroseksual sebagai bagian dari perubahan norma sosial atau fenomena ekspresi identitas, tetapi sedikit yang mengkaji secara mendalam tentang bagaimana laki-laki metroseksual dapat mengatasi stigma sosial terkait seksualitas mereka. Melalui pendekatan teori komunikasi interpersonal dan *social-adjustment*, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai bagaimana laki-laki metroseksual dapat beradaptasi dengan kelompok sosial tanpa harus terjebak dalam stigma yang mengarah pada penyimpangan seksualitas.

Berdasarkan fenomena yang berkembang, peneliti tertarik mengkaji gaya hidup metroseksual yang semakin terlihat di masyarakat urban, khususnya di Kota Medan, karena

menunjukkan perubahan pandangan terhadap ekspresi identitas diri laki-laki. Meskipun dianggap modern dan menarik, gaya hidup ini masih kerap menghadapi stigma yang mengaitkannya dengan penyimpangan seksualitas. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana laki-laki metroseksual mengatasi stigma tersebut dan beradaptasi dalam masyarakat yang masih kuat memegang norma tradisional tentang gender dan seksualitas. Penelitian ini akan menggali faktor psikologis komunikasi seperti gaya komunikasi yang memengaruhi proses *social-adjustment* mereka. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan perspektif baru mengenai bagaimana gaya komunikasi laki-laki metroseksual menyesuaikan diri dengan norma sosial tanpa terjebak dalam stereotip yang salah. Secara lebih luas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif tentang perubahan norma sosial dan bagaimana individu dengan gaya hidup metroseksual beradaptasi dengan lingkungannya, serta memberikan kontribusi dalam perumusan kebijakan sosial yang lebih inklusif terhadap keberagaman ekspresi diri di masyarakat modern.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi fenomenologi (Creswell, 2016). Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami secara mendalam persepsi dan pengalaman subyektif informan, khususnya dalam konteks kehidupan laki-laki metroseksual. Studi fenomenologi dipilih untuk menangkap realitas sehari-hari para laki-laki metroseksual, khususnya di ruang publik Kota Medan, guna memahami bagaimana mereka mengelola kesan demi membentuk identitas sosial yang positif di lingkungan semi-urban (Herdiansyah, 2020). Subjek penelitian merujuk pada individu atau pihak yang menjadi sumber data utama dalam pengumpulan informasi (Albi Anggito, 2018; Gunawan, 2022; Kusumastuti & Ahmad Mustamil Khoiron, 2019). Sementara itu, objek penelitian merujuk pada topik atau permasalahan yang menjadi fokus kajian, sebagaimana dijelaskan oleh Sari dkk (2022) dan (Roosinda dkk., 2021).

**Tabel 1 Informan Penelitian**

No	Inisial	Usia	Pekerjaan	Keterangan
1	EP	23	Reporter dan Presenter TV	Informan 1
2	FN	35	Karyawan	Informan 2
3	MIAL	41	<i>Banker</i>	Informan 3

Pemilihan informan pada tabel 1 tersebut terdapat 5 informan dengan pertimbangan dan subjek ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja

berdasarkan kriteria tertentu, agar diperoleh informasi yang mendalam dan relevan dengan fenomena yang diteliti (Mulyana dkk., 2024). Dalam penelitian ini, peneliti memiliki kriteria khusus yang sesuai dengan fokus penelitian yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut: 1) Laki-laki berusia 18-50 tahun yang tinggal di Kota Medan. 2) Laki-laki yang mengerti konsep Metroseksual. 3) Laki-laki yang meyakini dirinya sebagai laki-laki Metroseksual. Penelitian ini untuk memberikan kemudahan dalam pengumpulan data atau informasi di lapangan, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Teknik pengumpulan data adalah satu langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan data (Nartin dkk., 2024) seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model Miles Huberman & Saldana (2014) untuk sebagai teknik menganalisis data. Pada model ini ada tiga kegiatan yang harus dilakukan, yaitu, kondensasi data, penyajian data (*Data Display*), dan penarikan simpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Gaya komunikasi sebuah cara individu berinteraksi melalui kata-kata (verbal) atau isyarat tubuh (non-verbal) untuk menyampaikan pesan. Menurut Norton dalam Liliweri (2017), gaya komunikasi penting karena dapat mempengaruhi efektivitas pesan. Gaya yang salah dapat menghambat pemahaman pesan. Norton mengelompokkan gaya komunikasi dalam sepuluh kategori yang disesuaikan dengan audiens dan konteks sosial. Laki-laki metroseksual menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan lingkungan sosial, fokus pada penampilan dan estetika, serta menggunakan ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan intonasi suara untuk membangun hubungan sosial dan menciptakan kesan positif. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan informan berinisial EP, ditemukan tiga gaya komunikasi yang menonjol, yaitu: gaya dominan, gaya terbuka, dan gaya santai. Ketiga gaya ini dianalisis menggunakan kerangka teori gaya komunikasi oleh Norton dan dikaitkan dengan proses penyesuaian sosial (*social adjustment*) yang dilakukan oleh laki-laki metroseksual di Kota Medan. Berikut penjabaran masing-masing gaya komunikasi yang ditunjukkan EP, lengkap dengan kutipan wawancara dan analisis. Gaya dominan dalam komunikasi ditandai dengan sikap percaya diri, kemampuan mengendalikan arah pembicaraan, serta penyampaian pendapat yang lugas dan tegas. Dalam konteks *social adjustment*, gaya ini digunakan oleh individu untuk menyatakan jati diri dan meyakinkan lingkungan sosial mengenai pilihannya.

*"Metroseksual itu kayak aku bilang tadi, pria yang... apa namanya, menjaga penampilan dari pakaian, kesehatan kulit, wajah dan juga ya gak ketinggalan wawasan dia lah gitu kan mencari informasi setiap hari. Ya tentu ada perbedaan tergantung dan dilihat*

*dari bidang pekerjaan masing-masing...Penampilan itu penting, makanya Emir tiap kali ngelamar kerja gak pernah di tolak. Pasti itu membantu sekali kan..."* (Hasil Wawancara Informan 1, EP, 23 tahun, 18/02/2025)

Kutipan di atas menunjukkan bahwa EP mampu menjelaskan konsep metroseksualitas secara menyeluruh berdasarkan pengalaman pribadi. Ia dengan tegas menyampaikan bahwa penampilan adalah bagian penting dari profesionalisme, khususnya dalam bidang pekerjaannya. Pernyataan tersebut disampaikan dengan keyakinan dan tanpa keraguan, memperlihatkan karakter dominan dalam cara berkomunikasi. Dalam konteks penyesuaian sosial, gaya dominan ini digunakan EP untuk membangun citra diri yang positif dan meyakinkan lingkungan sosial bahwa identitas metroseksual bukanlah hal yang negatif, melainkan sesuatu yang mendukung kinerja dan keberhasilan karier. Gaya terbuka ditandai oleh kejujuran, keterusterangan, serta kesiapan individu untuk membagikan pandangan atau pengalaman pribadinya secara langsung. Dalam proses social adjustment, gaya ini menjadi bentuk adaptasi untuk merespons stigma atau prasangka sosial.

*"...Aku tetap menjadi diri sendiri... selama Emir nyaman dengan diri sendiri Tidak, Emir tetap menjadi diri sendiri. Dan setidaknya tidak menyimpang... Menjadi metroseksual bukan berarti sesuatu yang harus disembunyikan. Sejauh ini gk ada sih bang... secara spesifik emang Emir menjual diri Emir,"* (Hasil Wawancara Informan 1, EP, 23 tahun, 18/02/2025)

EP secara konsisten menunjukkan keterbukaan dalam menyampaikan sikap dan pandangannya tentang identitas metroseksual. Ia tidak menunjukkan rasa takut terhadap penilaian negatif masyarakat, bahkan cenderung menguatkan posisinya sebagai individu yang percaya pada nilai-nilai pribadi. Gaya komunikasi ini memperlihatkan bagaimana EP menghadapi tekanan sosial dengan tetap jujur dan autentik. Dalam konteks penyesuaian sosial, gaya terbuka ini membantu EP menjaga stabilitas psikologis dan sosial, karena ia mampu menghadapi stereotip tanpa kehilangan jati diri. Gaya santai dalam komunikasi biasanya ditunjukkan melalui penggunaan bahasa informal, humor ringan, dan nada percakapan yang akrab. Gaya ini sering digunakan untuk menciptakan suasana nyaman dalam interaksi, terutama dalam diskusi yang menyentuh isu sensitif.

*"Hahaha... enggak juga FOMO tuh olahraga sepeda itu udah booming di tahun 2019-an ke atas yaa kalau sekarang gak..."* dan ia mengatakan *"Enggak ah tiap hari Emir makan nasi padang tapi yaa harus dikontrol juga..."* *"...kalau kondangan paling kerja jadi MC itu pasti harus proper lah kan,..."* (Hasil Wawancara Informan 1, EP, 23 tahun, 18/02/2025)

EP menggunakan gaya komunikasi santai dalam membahas topik-topik yang berkaitan dengan gaya hidup, olahraga, dan pekerjaan, di mana ungkapan seperti "hahaha" dan

penggunaan bahasa sehari-hari menciptakan suasana dialog yang lebih cair dan menyenangkan. Gaya ini mempermudah wawancara membangun kedekatan emosional dengan informan, sehingga informasi yang disampaikan terasa lebih alami dan jujur. Dalam konteks social adjustment, gaya santai menjadi strategi komunikasi untuk menghindari ketegangan, menjaga kenyamanan dalam interaksi sosial, dan menunjukkan bahwa identitas metroseksual dapat dibawakan dengan ringan namun tetap bermakna. Ketiga gaya komunikasi yang ditunjukkan oleh informan EP gaya dominan, gaya terbuka, dan gaya santai menunjukkan adanya strategi adaptif dalam proses penyesuaian sosial laki-laki metroseksual di Kota Medan. Gaya dominan membantunya membangun citra diri yang kuat dan profesional, gaya terbuka memperlihatkan keberanian dalam menghadapi stigma sosial, sementara gaya santai membantu menciptakan interaksi yang nyaman dan terbuka. Secara keseluruhan, gaya-gaya komunikasi ini memainkan peran penting dalam bagaimana EP menavigasi identitasnya sebagai laki-laki metroseksual di tengah ekspektasi dan norma sosial yang masih tradisional.

Dalam proses analisis wawancara dengan informan EP, peneliti tidak hanya menemukan pola-pola gaya komunikasi yang sesuai dengan sepuluh gaya komunikasi menurut Norton dalam Liliweri (2017), tetapi juga mengidentifikasi adanya gaya komunikasi lain yang menonjol dan khas, yaitu gaya komunikasi reflektif yang ditandai dengan cara berpikir mendalam, penuh pertimbangan, dan analisis kritis sebelum menyampaikan pendapat. Gaya ini tidak secara eksplisit termasuk dalam kategori yang telah ditetapkan oleh Norton, namun memiliki peran penting dalam cara informan menyampaikan pesan dan berinteraksi. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam praktik komunikasi sehari-hari, variasi gaya komunikasi bisa lebih beragam dan kompleks daripada klasifikasi yang ada, sehingga membuka ruang untuk pemahaman yang lebih luas tentang dinamika komunikasi interpersonal.

*"Kalau kita temukan saat ini ya tentu ada lah masih banyak laki-laki yang nggak memperhatikan busana atau bahkan kesan kulit ya tergantung dengan apa pekerjaan dia dan dengan apa apa namanya lingkungan dia kayak mana Bang. Kalau lingkungan dia menentukan seperti itu ya pasti seperti itu atau pekerjaan yang dia ampuh untuk dia supaya kelihatan good-looking pasti seperti itu atau banyak masih banyak juga kan orang-orang yang pekerjaannya enggak harus menuntut dia supaya memperhatikan penampilannya." Dan ia mengatakan "Kalau kita mau menelan apa yang dikatakan orang harus prospek dulu, kita lihat dulu siapa orangnya, bagaimana penampilannya. terus gimana wawasannya..." (Hasil Wawancara Informan 1, EP, 23 tahun, 18/02/2025)*

Gaya komunikasi reflektif adalah cara berkomunikasi di mana seseorang cenderung berpikir secara mendalam dan kritis sebelum menyampaikan pendapat atau tanggapannya. Orang dengan gaya ini biasanya, EP tidak hanya memberikan jawaban singkat atau langsung, tetapi ia juga menganalisis konteks sosial, lingkungan, dan pekerjaan yang mempengaruhi

perilaku seseorang. Ia mempertimbangkan berbagai faktor sebelum menyimpulkan sesuatu, menunjukkan pola pikir yang reflektif dan mendalam. Berdasarkan analisis wawancara mendalam, informan FN menunjukkan tiga gaya komunikasi yang paling dominan, yaitu gaya dominan, gaya bersahabat, dan gaya terbuka. Ketiga gaya ini secara konsisten muncul dalam cara FN mengomunikasikan identitasnya sebagai laki-laki metroseksual serta bagaimana ia menyesuaikan diri di tengah masyarakat Kota Medan. Penggunaan berbagai gaya ini menjadi strategi komunikasi dalam proses *social adjustment* yaitu upaya adaptasi individu terhadap nilai dan norma sosial agar diterima dalam lingkungan sosialnya.

Gaya dominan terlihat dari cara FN menyampaikan pendapatnya secara tegas dan penuh keyakinan. Ia menguasai topik yang dibicarakan dan mampu mengarahkan arah pembicaraan dengan argumen logis dan terstruktur. Dalam konteks penyesuaian sosial, gaya ini mencerminkan posisi FN sebagai pribadi yang mampu mempertahankan identitasnya di tengah tekanan atau stigma sosial terhadap laki-laki metroseksual. *“Menurut aku sih so-so dan biasa aja sih, gk ada masalah juga menjadi laki-laki metroseksual... karena kalau dari segi tuntutan kerja memang kita dituntut untuk rapi dan good looking...”*. FN menunjukkan dominasi komunikasi melalui penyampaian pandangan yang lugas dan rasional. Ia tidak sekadar mengemukakan pengalaman pribadi, tetapi juga mengaitkannya dengan realitas sosial, khususnya tuntutan profesional dalam dunia kerja. Hal ini menunjukkan bahwa FN tidak merasa inferior terhadap identitas metroseksualnya, melainkan menjadikannya sebagai nilai tambah. Dalam proses *social adjustment*, gaya dominan ini memperlihatkan bahwa FN tidak hanya beradaptasi secara pasif, melainkan secara aktif membentuk persepsi masyarakat tentang laki-laki metroseksual. Gaya bersahabat FN tercermin melalui penggunaan bahasa yang santai, hangat, dan komunikatif. Gaya ini menciptakan suasana percakapan yang nyaman, sehingga membangun kedekatan emosional antara dirinya dengan lawan bicara.

Dalam *social adjustment*, gaya ini mempermudah penerimaan sosial karena menunjukkan sisi personal yang terbuka dan menyenangkan. Ia mengatakan *“Jadi aku harus bisa merubah penampilanku supaya orang bisa melihat aku berwibawa... Kalau aku misalnya tidak terlihat rapi orang akan menyepelkan kita...”* Melalui narasi ini, FN menyampaikan pandangan pribadinya dengan nada yang ringan namun tetap bermakna. Ia menggunakan kisah nyata sebagai cara untuk menjelaskan alasan di balik kebiasaannya menjaga penampilan. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa gaya bersahabat efektif dalam menyampaikan pesan yang berkaitan dengan self-image tanpa terkesan menggurui. Dalam konteks *social adjustment*, gaya ini memperlihatkan bahwa FN menggunakan hubungan interpersonal sebagai jembatan untuk membangun penerimaan sosial terhadap identitasnya sebagai pria metroseksual. Gaya terbuka

FN tercermin dari sikapnya yang jujur, apa adanya, dan tidak menutupi hal-hal yang bersifat personal. Komunikator dengan gaya ini cenderung menampilkan diri secara autentik sehingga lebih mudah membangun kepercayaan dengan *audiens*. Dalam proses penyesuaian sosial, gaya terbuka memperkuat keaslian identitas diri dan meningkatkan penerimaan sosial. “*Aku menjawab sepengetahuan aku aja yaa, gk secara teoritik... Aku sederhana banget dek... Aku cuman pakai produk murah tapi rutin...*” (Hasil Wawancara Informan 3, FN, 35 tahun, 21/02/2025).

FN menyampaikan informasi pribadinya tanpa kesan berlebihan, dengan mengakui keterbatasan dan menyampaikan pandangannya secara langsung, yang mencerminkan kerendahan hati dan kejujuran. Gaya terbuka ini menunjukkan bahwa FN tidak berusaha membentuk citra yang dibuat-buat, melainkan membagikan realitas kesehariannya secara autentik, yang dalam konteks *social adjustment* berkontribusi dalam membangun citra positif sebagai individu metroseksual yang tetap membumi di tengah norma sosial konservatif. Ketiga gaya komunikasi yang ditunjukkan FN gaya dominan, bersahabat, dan terbuka menjadi strategi adaptasi sosial dalam membangun penerimaan sebagai laki-laki metroseksual di Kota Medan, di mana gaya dominan mencerminkan ketegasan sikap, gaya bersahabat menciptakan hubungan emosional yang positif, dan gaya terbuka membangun kepercayaan melalui kejujuran. Kombinasi ketiga gaya ini menegaskan pentingnya peran komunikasi dalam proses *social adjustment*, khususnya dalam membentuk persepsi publik terhadap identitas gender nonkonvensional seperti metroseksual.

Dalam proses analisis wawancara, peneliti menemukan bahwa FN juga menunjukkan gaya komunikasi yang tidak termasuk dalam sepuluh gaya komunikasi menurut Norton, yaitu gaya komunikasi reflektif dan naratif. Gaya ini ditandai dengan penggunaan pengalaman pribadi yang mendalam serta refleksi atas nilai-nilai hidup, yang disampaikan dengan narasi yang kuat dan penuh makna, sehingga tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga mengajak pendengar untuk memahami makna dan pelajaran dari kisah hidupnya. Gaya komunikasi reflektif dan naratif ini menambahkan dimensi baru dalam penelitian, memperlihatkan bahwa komunikasi yang bersifat introspektif dan storytelling dapat memperkuat pesan dan menjadikan komunikasi lebih personal, inspiratif, serta efektif dalam konteks penyesuaian sosial di masyarakat urban yang masih memegang nilai-nilai tradisional.

*"Aku tuh udah tinggal di Jakarta, di Bandung, lalu di Medan... Jadi aku harus bisa merubah penampilanku, supaya apa? Pertama dari sisi umur ketika aku datang pertama kali ke kantor BI yang ku hadapi orangnya lebih tua. Kalau aku misalnya tidak terlihat rapi, tidak terlihat bersih, orangku akan menyepelkan kita... Jadi aku harus menjaga penampilan supaya orang bisa melihat aku berwibawa gitu. Hidup ini kita halani sendiri,*

*sekaya apapun orangtua kamu itu tidak bisa menjamin kehidupanmu di masa mendatang... tapi kalau kamu hidup diatas kaki kamu sendiri terus kamu bisa bergaul dimana saja, kamu banyak disenangi dimana saja, itu akan membawa dampak positif bagimu...Jangan pernah menilai orang, dari penampilan dia, menilai orang dari kepribadian dia, jangan pernah, terutama jangan pernah, terutama, kehidupan seksnya, kemudian kehidupannya dengan Tuhan. Yang bisa menjudge kita di dunia itu yang siapa? Maha Pencipta, Tuhan." (Hasil Wawancara Informan 3, FN, 35 tahun, 21/02/2025)*

Gaya komunikasi reflektif dan naratif yang digunakan FN efektif dalam menyampaikan pesan tentang *self-image*, *self-esteem*, dan *social adjustment*. Dengan membagikan kisah hidupnya secara terbuka dan bermakna, FN mampu membangun kedekatan emosional dengan pendengar sekaligus memberikan inspirasi. Pendekatan ini memperkuat pemahaman bahwa komunikasi bukan sekadar pertukaran informasi, tetapi juga sarana berbagi nilai dan membentuk persepsi positif. Gaya ini sangat tepat untuk wawancara yang bertujuan menggali pengalaman dan pandangan hidup secara mendalam, sehingga menghasilkan wawasan yang kaya dan bermakna. Gaya komunikasi reflektif dan naratif adalah cara berkomunikasi yang mengedepankan cerita pengalaman pribadi dan refleksi mendalam atas makna atau nilai yang terkandung dalam pengalaman tersebut. Gaya ini tidak hanya menyampaikan fakta atau informasi, tetapi juga mengajak pendengar untuk memahami pelajaran hidup, nilai, dan pandangan yang ingin disampaikan melalui kisah yang diceritakan. Dengan gaya ini, komunikasi menjadi lebih personal, inspiratif, dan mampu membangun kedekatan emosional antara pembicara dan pendengar. Gaya naratif sendiri sering digunakan untuk menyampaikan cerita atau kisah yang memiliki alur dan tujuan tertentu, sehingga pendengar dapat mengikuti dan merasakan pesan yang ingin disampaikan secara lebih hidup dan bermakna. Sedangkan gaya reflektif menekankan pada proses berpikir dan merenung tentang pengalaman tersebut, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih dalam.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan MIAL, terdapat tiga gaya komunikasi yang paling menonjol dan konsisten digunakan, yaitu gaya dominan, gaya dramatis, dan gaya kontroversial. Ketiga gaya komunikasi ini terlihat jelas dalam cara MIAL menyampaikan pandangannya tentang identitas laki-laki metroseksual, pentingnya penampilan diri, serta respons terhadap kritik dan pujian. Gaya-gaya ini mencerminkan kepribadian yang kuat, ekspresif secara emosional, serta keberanian untuk menyuarakan pendapat yang mungkin tidak sesuai dengan norma sosial yang ada. Gaya komunikasi dominan ditandai dengan sikap tegas, percaya diri, dan cenderung mengontrol situasi. Orang dengan gaya ini biasanya cepat mengambil keputusan dan tidak mudah terpengaruh oleh kritik yang dianggap tidak relevan atau tidak membangun. Mereka juga menunjukkan keinginan kuat untuk mempertahankan citra diri dan standar yang tinggi dalam berkomunikasi maupun bertindak.

*"Kalau abang sendiri, melihat nya kalau ada orang yang bilang 'lebay banget', biasanya karena orang itu iri dan sirik aja sih, kalau orang yang mengkritik dan orang itu lebih fashionable dari abang dan bagus, bakal abang terima... Untuk apa mendengarkan kritik yang gk bisa menjaga dirinya sendiri, untuk apa abang dengerin sih, gitu.. Semua itu terbayarkan dengan pujian orang. Kalau abang gk menyiapkan baju dari malam, besok pagi aku mencari baju yang mau aku pakek, itu lah yang buat aku terlambat." (Hasil Wawancara Informan 5, MIAL, 41 tahun, 26/02/2025)*

Dari kutipan tersebut, dapat dilihat bahwa MIAL menggunakan pernyataan yang tegas untuk menggambarkan standar ideal penampilan yang harus dipenuhi. Gaya dominan ini mencerminkan kontrol yang kuat dalam komunikasi, di mana MIAL tidak hanya mengungkapkan pandangannya tetapi juga menegaskan prioritas penampilan yang sempurna dalam konteks sosialnya. Sikap ini menunjukkan bahwa MIAL memiliki kemampuan untuk memimpin diskusi dan mempertahankan kontrol atas bagaimana ia ingin dipersepsikan dalam masyarakat, terutama terkait dengan identitas sosialnya sebagai laki-laki metroseksual. Gaya komunikasi bersahabat ditandai dengan sikap ramah, hangat, dan mudah bergaul. Individu dengan gaya ini cenderung membangun hubungan yang harmonis dan terbuka dengan lawan bicara, serta menunjukkan empati dan keinginan untuk menjaga suasana komunikasi yang nyaman. Mereka biasanya komunikatif dan menyukai interaksi yang bersifat kolaboratif dan suportif.

*"Wajib, karena abang termasuk orang yang friendly, ngobrol gitu, apalagi nyambung yaa. Abang termasuk mudah bergaul, tapi abang jujur, paling benci sama orang yang sok 'okay', yang sombong gk mau negur, gk mau di sapa, aku lakuin yang sama. Lama kelamaan orang bakal tau, rutinitas apa-apa aja, apalagi dengan serangkaian yang abang pakai... Dan ada beberapa cowok-cowok juga, abang habis hair styling rambut ya, dan untuk cowok-cowok yang tau, biasanya mereka laki-laki metroseksual juga." (Hasil Wawancara Informan 5, MIAL, 41 tahun, 26/02/2025)*

Pernyataan dan sikap MIAL menunjukkan gaya komunikasi bersahabat yang kuat. Ia menekankan pentingnya keakraban dan keterbukaan dalam berinteraksi, serta menghindari sikap sombong atau eksklusif. Kemudahan bergaul dan keinginannya untuk menjaga hubungan yang hangat dengan orang lain, termasuk teman-teman yang memiliki minat serupa, memperkuat karakter gaya bersahabat. Gaya ini membantu menciptakan suasana komunikasi yang nyaman dan mendukung, yang sangat penting dalam membangun jaringan sosial dan dukungan dalam komunitas metroseksual. Gaya komunikasi berkesan ditandai oleh upaya individu untuk tampil menarik, memikat perhatian, dan meninggalkan kesan yang kuat pada lawan bicara. Orang dengan gaya ini cenderung memperhatikan detail penampilan dan perilaku agar dapat dikenang secara positif. Mereka biasanya sangat sadar akan citra diri dan berusaha menonjolkan keunikan atau keunggulan yang dimiliki.

*"Saat orang-orang kenapa melihat metroseksual sudah pasti laki-laki yang menggunakan barang yang branded, kalau pun gk branded gak terlihat kampungan lah. Makanya kalau aku gk menyiapkan baju dari malam, besok pagi aku mencari baju yang mau aku pakek, itu lah yang buat aku terlambat. Baterai diri aku langsung naik gitu, berasa lagi di charging dengan mendapatkan atau diperhatikan orang-orang sekitar. Dan kalau gk lihat, turun baterai nya hahaha.. Aku sering melakukan itu, hahah, apalagi kalau abang ke mall, dan abang suka itu baju, abang beli dan abang langsung ganti, padahal abang merasa baju yang abang pakai itu bagus, tapi saat ke mall dan melihat barang itu bagus, yaa abang beli dan baju yang abang pakai ganti dengan yang abang baru beli." (Hasil Wawancara Informan 5, MIAL, 41 tahun, 26/02/2025)*

Sikap MIAL yang sangat memperhatikan detail penampilan dan respons emosionalnya terhadap pujian menunjukkan gaya komunikasi berkesan. Ia berusaha meninggalkan kesan positif melalui penampilan yang selalu diperbarui dan disesuaikan dengan situasi. Perhatiannya terhadap barang branded dan keseriusan dalam mempersiapkan pakaian menegaskan keinginannya untuk tampil menonjol dan diingat oleh orang lain. Gaya ini efektif dalam membangun citra diri yang kuat dan menarik perhatian dalam interaksi sosial. Dalam proses analisis wawancara dengan informan MIAL, peneliti tidak hanya menemukan pola-pola komunikasi yang sesuai dengan sepuluh gaya komunikasi menurut Norton, tetapi juga mengidentifikasi adanya gaya komunikasi lain yang menonjol dan khas pada informan tersebut. Gaya komunikasi ini tidak secara eksplisit tercakup dalam kategori yang telah ditetapkan oleh Norton, namun memiliki ciri khas tersendiri yang sangat relevan dengan konteks dan karakter informan.

Temuan ini menunjukkan bahwa dalam praktik komunikasi sehari-hari, variasi gaya komunikasi dapat berkembang dan beradaptasi sesuai dengan kebutuhan individu dan situasi sosial yang dihadapi. Informan MIAL menunjukkan ciri-ciri gaya komunikasi perfeksionis yang sangat kuat. Gaya ini ditandai dengan perhatian yang sangat detail terhadap penampilan, keinginan untuk selalu tampil sempurna, dan ketidaksukaan terhadap ketidaksesuaian atau kekurangan, baik dalam diri sendiri maupun dalam lingkungan sekitar. MIAL secara konsisten menyiapkan berbagai pilihan pakaian, mengganti baju segera jika merasa tidak cocok, dan bahkan melakukan perawatan kulit secara rutin dan mahal demi mencapai standar penampilan yang ideal. Ia juga sangat memperhatikan kesan yang ditimbulkan pada orang lain dan berusaha menghindari komentar negatif dengan tindakan cepat dan terencana.

*"Kalau pun gk branded gak terlihat kampungan lah. Dan pakaian nya sendiri bukan pakaian yang biasa yang kelebaran jatuh gitu, tapi pasti laki-laki metroseksual itu laki-laki perfect. Saat dipakek dan gk cocok aku langsung beli dan ganti, paling sering aku ke Mall yang awalnya gak ada rencana beli baju, celana atau apapun, saat dipakek dan gk cocok aku langsung beli dan ganti, dan simpan baju yang gk cocok itu gk akan aku pakai lagi. Makanya kalau aku gk menyiapkan baju dari malam, besok pagi aku mencari baju*

*yang mau aku pakek, itu lah yang buat aku terlambat. Abang menghabiskan 30 juta sekian untuk tarik benang, dan treatment rutin 1-2 bulan sekali dengan biaya jutaan rupiah."* (Hasil Wawancara Informan 5, MIAL, 41 tahun, 26/02/2025)

Gaya perfeksionis ini terlihat dari bagaimana MIAL mengatur penampilan secara sistematis, mulai dari pemilihan pakaian, perawatan kulit, hingga aksesoris seperti parfum dan sepatu yang harus sesuai dan branded. Sikapnya yang tidak mau menerima penampilan yang kurang pas dan selalu berusaha memperbaiki diri menunjukkan orientasi pada kesempurnaan yang tinggi. Hal ini juga tercermin dalam pernyataannya bahwa menjadi laki-laki metroseksual itu "*mahal*" dan harus konsisten, karena jika sudah masuk ke dunia itu, tidak bisa setengah-setengah. Gaya perfeksionis ini melengkapi dan memperkaya pemahaman tentang bagaimana MIAL berkomunikasi dan berinteraksi, terutama dalam konteks menjaga citra diri dan membangun kepercayaan diri melalui penampilan.

Berdasarkan temuan pada informan pada laki-laki Metroseksual di Kota Medan menunjukkan bahwa gaya komunikasi merupakan aspek fundamental dalam interaksi sosial yang mencerminkan cara individu menyampaikan pesan secara verbal maupun non-verbal. Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang unik dan personal, yang tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, tetapi juga oleh konteks sosial dan situasi komunikasi yang dihadapi (Jazilatul Khanifah, 2023; Wuryan dkk., 2022). Dalam konteks laki-laki metroseksual di Kota Medan, gaya komunikasi menjadi instrumen penting dalam proses social adjustment, yaitu penyesuaian diri terhadap norma dan ekspektasi sosial yang masih cenderung tradisional dan konservatif. Penelitian ini mengungkap bahwa laki-laki metroseksual menggunakan berbagai gaya komunikasi yang beragam, mulai dari gaya dominan, terbuka, bersahabat, hingga gaya yang lebih reflektif dan naratif. Gaya-gaya ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai strategi adaptasi untuk membangun citra diri yang positif, menghadapi stigma sosial, dan memperkuat hubungan interpersonal. Keunikan gaya komunikasi yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa proses social adjustment tidak bersifat homogen, melainkan dinamis dan kompleks.

Selain itu, temuan ini juga menambah wawasan terhadap teori gaya komunikasi yang selama ini banyak mengacu pada klasifikasi umum seperti yang dikemukakan Norton dalam (Liliweri, 2017). Dalam praktiknya, gaya komunikasi laki-laki metroseksual di Kota Medan menunjukkan variasi dan inovasi, seperti gaya komunikasi reflektif, naratif, dramatis, dan perfeksionis, yang belum banyak dibahas dalam literatur sebelumnya. Hal ini membuka ruang untuk pengembangan teori komunikasi yang lebih kontekstual dan relevan dengan fenomena sosial kontemporer. Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang gaya komunikasi dalam social adjustment pada laki-laki metroseksual tidak hanya penting untuk kajian akademis, tetapi

juga memiliki implikasi praktis dalam membangun inklusivitas sosial dan mengurangi stigma terhadap identitas gender nonkonvensional. Selanjutnya, pembahasan akan difokuskan pada sub-sub temuan utama yang muncul dari hasil penelitian ini.

Gaya komunikasi dominan yang ditandai oleh penyampaian pesan yang tegas, percaya diri, serta kemampuan mengendalikan arah percakapan berperan penting dalam membentuk identitas dan citra profesional laki-laki metroseksual di Kota Medan, yang berupaya membantah stigma negatif melalui kontrol atas narasi sosial, seperti yang ditegaskan oleh (Sharma & Samanta, 2020) Gaya ini digunakan untuk menegaskan pesan, memperkuat argumen, dan mengatasi prasangka, namun tetap diimbangi dengan gaya terbuka dan bersahabat demi menciptakan komunikasi yang inklusif dan tidak otoriter. Gaya terbuka, yang mencerminkan kejujuran dan kesiapan berbagi pengalaman pribadi, serta gaya bersahabat yang hangat dan empatik, menjadi strategi dalam menghadapi prasangka, menjaga stabilitas psikologis, dan membangun kedekatan emosional yang memfasilitasi penerimaan sosial. Kombinasi kedua gaya ini memungkinkan komunikasi yang autentik dan efektif, meskipun membutuhkan keberanian untuk menghadapi risiko diskriminasi. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi gaya komunikasi khas seperti gaya reflektif yang menekankan pemikiran mendalam dan pertimbangan matang, gaya naratif yang memanfaatkan pengalaman pribadi untuk menyampaikan pesan secara inspiratif, serta gaya perfeksionis yang menunjukkan perhatian tinggi terhadap detail, estetika, dan citra diri, sebagai strategi untuk menjaga reputasi dan menghindari kritik. Ketiga gaya ini memperkaya pemahaman terhadap dinamika komunikasi interpersonal dalam konteks social adjustment laki-laki metroseksual dan menunjukkan bahwa komunikasi sangat dipengaruhi oleh identitas individu serta norma sosial yang berlaku.

Era digitalisasi di mana media sosial dan penampilan publik menjadi semakin penting, kemampuan untuk menampilkan diri dengan baik menjadi aset berharga (Pradani & Suhanti, 2020). Meningkatnya kesadaran akan kesehatan kulit dan gaya hidup yang rapi, laki-laki metroseksual mampu menantang norma tradisional dan merayakan perawatan diri sebagai bagian dari identitas mereka (Anuar dkk., 2017). Hal ini menunjukkan bahwa perawatan diri bukan hanya soal penampilan, tetapi juga tentang meningkatkan rasa percaya diri dan kesejahteraan secara keseluruhan. Menurut Ben-Porat (2024), perkembangan zaman telah menciptakan perubahan sosial di masyarakat. Karena bukan hanya wanita saja yang mampu merawat diri dan berpenampilan rapi, namun kini pria juga mampu berinteraksi dengan dunia wanita, maka munculnya tuntutan baru yang dimiliki seorang pria dalam mengedepankan

kecantikan benar-benar menjadi semacam kesetaraan gender bagi para pria. Hal ini karena wanita adalah satu-satunya yang dapat melakukan hal ini secara efektif.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa konsep diri laki-laki metroseksual di Kota Medan merupakan hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui proses interaksi simbolik yang melibatkan tiga komponen utama dalam teori interaksionisme simbolik Mead, yaitu *Mind*, *Self*, dan *Society* (León, 2024). Pada aspek *Mind*, para informan menunjukkan pemikiran reflektif dan kritis dalam memahami simbol-simbol sosial terkait metroseksualitas, di mana perawatan diri, kebersihan, dan penampilan tidak semata-mata dimaknai sebagai ekspresi estetika, tetapi juga sebagai manifestasi nilai spiritual, kesehatan holistik, dan penghargaan terhadap diri. Dalam aspek *Self*, identitas diri laki-laki metroseksual dibentuk melalui proses dialog internal yang dinamis dan negosiasi antara spontanitas (*I*) dan kesadaran sosial (*Me*), yang memungkinkan mereka tampil fleksibel dan autentik di berbagai situasi sosial tanpa kehilangan jati diri. Mereka menolak stigma negatif melalui penguatan harga diri, komunikasi strategis, dan resiliensi terhadap tekanan sosial. Sementara itu, pada aspek *Society*, para informan secara aktif menanggapi norma sosial dan stereotip yang konservatif melalui interaksi simbolik yang konstruktif, baik di lingkungan langsung seperti keluarga dan komunitas, maupun di ruang digital seperti media sosial. Mereka tidak hanya menginternalisasi simbol dan norma yang ada, tetapi juga berperan sebagai agen sosial yang turut merekonstruksi makna metroseksual dan maskulinitas modern secara lebih inklusif. Temuan ini menunjukkan bahwa identitas laki-laki metroseksual adalah hasil dari proses sosial yang terus berkembang, mencerminkan interaksi yang saling memengaruhi antara individu dan masyarakat dalam konteks budaya yang dinamis.

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa laki-laki metroseksual di Kota Medan menggunakan berbagai gaya komunikasi strategis sebagai respons terhadap stigma sosial yang sering kali mereka hadapi. Terdapat lima gaya komunikasi utama yang diidentifikasi, yaitu: gaya dominan yang menekankan kepercayaan diri dan penegasan identitas diri; gaya terbuka yang mencerminkan keterusterangan dalam menyampaikan nilai dan pilihan hidup; gaya bersahabat yang mengandalkan kehangatan dan humor untuk menciptakan suasana inklusif; gaya reflektif yang menunjukkan kedalaman pemikiran atas pengalaman pribadi; serta gaya naratif yang digunakan untuk mengaitkan identitas diri dengan makna-makna sosial yang lebih luas. Melalui kombinasi kelima gaya ini, laki-laki metroseksual tidak hanya mampu meredam prasangka yang berkembang di masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk wacana baru tentang maskulinitas dan penerimaan sosial secara lebih progresif.

## SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, gaya komunikasi yang digunakan oleh laki-laki metroseksual di Kota Medan dalam proses social adjustment sangat beragam dan adaptif. Mereka memanfaatkan gaya dominan untuk menegaskan identitas dan membangun citra profesional yang kuat, gaya terbuka untuk menghadapi stigma dengan kejujuran dan keterusterangan, serta gaya bersahabat dan santai untuk menciptakan suasana komunikasi yang nyaman dan inklusif. Selain itu, ditemukan pula gaya komunikasi reflektif, naratif, dramatis, dan perfeksionis yang menunjukkan kedalaman pemikiran dan keunikan cara mereka menyampaikan pesan, yang tidak sepenuhnya tercakup dalam klasifikasi gaya komunikasi konvensional. Keseluruhan gaya komunikasi ini berperan penting dalam menepis stigma negatif dan membangun penerimaan sosial terhadap laki-laki metroseksual di tengah masyarakat yang masih memegang nilai-nilai tradisional. Melalui komunikasi yang efektif dan beragam, mereka tidak hanya menyesuaikan diri secara sosial, tetapi juga aktif membentuk persepsi publik yang lebih positif dan inklusif. Dengan demikian, gaya komunikasi menjadi kunci utama dalam proses social adjustment yang sukses bagi laki-laki metroseksual di Kota Medan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, A. G., & Sumanti, S. T. (2023). Komunikasi interpersonal pada konsep diri mahasiswa laki-laki metroseksual di kota Medan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7(1), 263–275. <https://doi.org/10.22219/Satwika.V7I1.25630>
- Albi Anggito, J. S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Ali, T., Buergelt, P. T., Maypilama, E. L., Paton, D., Smith, J. A., & Jehan, N. (2022). Synergy of systems theory and symbolic interactionism: a passageway for non-Indigenous researchers that facilitates better understanding Indigenous worldviews and knowledges. *International Journal of Social Research Methodology*, 25(2), 197–212. <https://doi.org/10.1080/13645579.2021.1876300>
- Anuar, M. I., Kasuma, J., Yacob, Y., Kamaruddin, H. M., Shahrinaz, I., & Fadil, M. Z. M. (2017). Selected Peer-Reviewed Articles from the International Seminar on New Paradigm and Innovation of Natural Sciences and Its Application (ISNPINSA), Semarang, Indonesia, 5&#8211;6 October, 2016. *Advanced Science Letters*, 23(8), 7614–7617. <https://doi.org/10.1166/ASL.2017.9635>
- Azis, A. A., Cangara, H., & Bahfiarti, T. (2022). Konstruksi pencitraan maskulinitas pada majalah men's health Indonesia versus feminitas pada majalah women's health Indonesia. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4), 399–414. <https://doi.org/10.31947/KJIK.V4I4.646>
- Banerjee, S., & Namboodiri, S. (2018). Factors Influencing Consumer Buying Behaviour of Male Skincare Products: A Study of Mumbai Metropolitan City. *Indian Journal of Marketing*, 48(11), 23–42. <https://doi.org/10.17010/IJOM/2018/V48/I11/137983>

- Bano, S., & Shari, M. A. M. (2020). Metrosexual: Emerging and lucrative segment for marketers. *International Review of Management and Marketing*. <https://doi.org/https://dergipark.org.tr/en/pub/irmm/issue/32091/355276>
- Ben-Porat, A. (2024). 'Weeping at Vasermil': players, fans and tears. *Soccer & Society*, 25(4–6), 547–559. <https://doi.org/10.1080/14660970.2024.2332082>
- Chiu, C. L., Wang, Q., Ho, H. C., Zhang, J., & Zhao, F. (2019). Metrosexual trend in facial care products: Analysis of factors that influence young Chinese men purchasing intention. *https://doi.org/10.1080/20932685.2019.1639527*, 10(4), 377–397. <https://doi.org/10.1080/20932685.2019.1639527>
- Clarke, V., & Braun, V. (2019). How can a heterosexual man remove his body hair and retain his masculinity? Mapping stories of male body hair depilation. *Qualitative Research in Psychology*, 16(1), 96–114. <https://doi.org/10.1080/14780887.2018.1536388>
- Creswell, J. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif Dan Campuran (Edisi Ke-4)*. Pustaka Pelajar.
- Daulay, H. (2016). *Wacana Maskulinitas Lokal Dalam Majalah Esquire*. [etd.repository.ugm.ac.id](http://etd.repository.ugm.ac.id). [https://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail\\_pencarian/98062](https://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/98062)
- Derung, T. N. (2017). Interaksionisme Simbolik Dalam Kehidupan Bermasyarakat. *SAPA - Jurnal Kateketik dan Pastoral*, 2(1), 118–131. <https://e-journal.stp-ipi.ac.id/index.php/sapa/article/view/33>
- Devito, J. A. (2018). The Interpersonal Communication Book. In *Elements of Interpersonal Communication* (14th ed.). <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484>
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Herdiansyah, H. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Salemba Humanika.
- Jazilatul Khanifah, U. (2023). Gaya Komunikasi Kevin Nguyen Dalam Menyampaikan Isu Politik Di Media Tiktok. *Al-Munir : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 14(1), 86–97. <https://doi.org/10.15548/AMJ-KPI.V14I1.7017>
- Kang, N. E., Kim, H. Y., Kim, J. Y., & Kim, S. R. (2020). Relationship between cancer stigma, social support, coping strategies and psychosocial adjustment among breast cancer survivors. *Journal of Clinical Nursing*, 29(21–22), 4368–4378. <https://doi.org/10.1111/JOCN.15475>
- Kaplan, D., Rosenmann, A., & Shuhendler, S. (2016). What about Nontraditional Masculinities? Toward a Quantitative Model of Therapeutic New Masculinity Ideology. *Men and Masculinities*, 20(4), 393–426. <https://doi.org/10.1177/1097184X16634797>
- Kusumastuti, A., & Ahmad Mustamil Khoiron. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. 171.
- León, D. L. G. (2024). The discursive consolidation of cisheteronormativity through the marginalization of metrosexuals and trans women: The case of SoHo magazine (1999–2014), Colombia. *Latin American Research Review*, 59(3), 704–721. <https://doi.org/10.1017/lar.2024.24>
- Liliweri, A. (2017). Komunikasi Antar Personal. In *books.google.com*. Prenada Media. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=QvSIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&q=Alo+Liliweri,\(2015\),+Komunikasi+Interpersonal,+Jakarta:+Kencana&ots=NfX0GpBVci&sig=xRbyWnpkxkbGFnEWvwwjm0nFvRw8&redir\\_esc=y#v=onepage&q=AloLiliweri%2C\(2015\)%2CKomunikasiInterp](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=QvSIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&q=Alo+Liliweri,(2015),+Komunikasi+Interpersonal,+Jakarta:+Kencana&ots=NfX0GpBVci&sig=xRbyWnpkxkbGFnEWvwwjm0nFvRw8&redir_esc=y#v=onepage&q=AloLiliweri%2C(2015)%2CKomunikasiInterp)
- Mulyana, A., Vidiati, C., Danarahmanto, P. A., Agussalim, A., Apriani, W., Fiansi, F., Fitra, F., Aryawati, N. P. A., Ridha, N. A. N., & Milasari, L. A. (2024). *Metode penelitian kualitatif*. Penerbit Widina.

- Nartin, S. E., Faturrahman, S. E., Ak, M., Deni, H. A., MM, C. Q. M., Santoso, Y. H., SE, S., Paharuddin, S. T., Suacana, I. W. G., & Indrayani, E. (2024). *Metode penelitian kualitatif*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Pradani, A. T., & Suhanti, I. Y. (2020). Persepsi sosial laki-laki terhadap perilaku male grooming. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 3(2), 43–51. <https://doi.org/10.31293/MV.V3I2.4909>
- Putranto, T. D., Susilo, D., Suyanto, B., & Ariadi, S. (2022). Indonesian millennials: Building metrosexual capitalist industry through Instagram #cowokmilenial. *Plaridel*, 19(2), 29–54. <https://doi.org/10.52518/2021-09PSSA>
- Rahmania, T. (2023). Psikologi Perkembangan. In *Sada Kurnia Pustaka*. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RzTWEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=Psikologi+perkembangan:+suatu+pendekatan+sepanjang+rentang+kehidupan.&ots=R7n1HRij4T&sig=sSGag6XgE8FSDxgUXPQQMcaFp7I&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RzTWEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=Psikologi+perkembangan:+suatu+pendekatan+sepanjang+rentang+kehidupan.&ots=R7n1HRij4T&sig=sSGag6XgE8FSDxgUXPQQMcaFp7I&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing.
- Rosenmann, A., Kaplan, D., Gaunt, R., Pinho, M., & Guy, M. (2018). Consumer masculinity ideology: Conceptualization and initial findings on men's emerging body concerns. *Psychology of Men and Masculinity*, 19(2), 257–272. <https://doi.org/10.1037/MEN0000095>
- Salvini, A. (2019). The Methodological Convergences between Symbolic Interactionism and Constructivist Grounded Theory. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 15(3), 10–29. <https://doi.org/10.18778/1733-8069.15.3.02>
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., & Sofiyana, M. S. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.
- Sasongko, N., Hasyim, M. N., & Fernandez, D. (2019). Analysis of behavioral factors that cause student academic fraud. *Journal of Social Sciences Research*, 5(3), 830–837. <https://doi.org/10.32861/JSSR.53.830.837>
- Schlarbaum, J. P., & Warshaw, E. M. (2021). Men's Facial Moisturizers in the Metrosexual Era. *Dermatitis*, 32(3), 185–194. <https://doi.org/10.1097/DER.0000000000000561>
- Sharma, A., & Samanta, T. (2020). Crafting “Youthful” Desire, “Doing” Masculinity: Narratives of Middle-Aged to Older Men in Grindr Grid and Offline Spaces in Mumbai, India. *Ageing International*, 45(4), 361–379. <https://doi.org/10.1007/S12126-020-09372-Z/METRICS>
- Sin, L. M., & Omar, B. (2020). The impact of Korean wave on Malaysian metrosexual grooming attitude and behaviour: The moderating role of visual media consumption. *Media Watch*, 11(2), 263–280. <https://doi.org/10.15655/MW/2020/V11I2/195647>
- Vas, S., Forshaw, M., & Grogan, S. (2016). Men's experiences of middle-age: an interpretative phenomenological analysis. *Norma*, 11(2), 71–88. <https://doi.org/10.1080/18902138.2016.1147124>
- Wuryan, S., Mustofa, M. B., Rachmy, R. M., Indriyani, S. N. L., Putri, S. J., & Sari, T. Y. D. (2022). Social impact analysis of mass communication on community in the society 5.0 era. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 14(1), 19–32. <https://doi.org/10.20414/JURKOM.V14I1.5171>