

**PENGARUH MEDIA DAN PANDANGAN ISLAM
TERHADAP PEMAKAIAN AKSESORIS PADA
PRIA METROSEKSUAL**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagian Salah Satu Syarat
untuk Mendapatkan Gelar Strata Satu (S.Sos)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
Disusun Oleh:
Savitri Kunti Widayati
NIM.14540035
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA FAKULTAS USHULUDDIN DAN
PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Savitri Kunti Widayati
Nim : 14540035
Program Studi : Sosiologi Agama
Telp/Hp : 082221373648
Alamat Rumah :Ds Dumpil Rt004/Rw001 Kel.Dumpil
Dukuhseti Pati, Jawa Tengah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Media dan Pandangan Islam terhadap Pemakaian Aksesoris pada Pria Metroseksual” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan bebas dari plagiarisme. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya saya sendiri atau melakukan plagiarisme maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 27 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL
5183EAJX634081547

Savitri Kunti Widayati

NIM: 14540035

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Savitri Kunti Widayati
Nim : 14540035
Jenjang : Strata satu (S1)
Progran Studi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 27 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



Savitri Kunti Widayati

NIM: 14540035


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Dosen Dr. Nurus sa'adah, S.Psi.,Msi.,Psi
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal:Peretujuan Skripsi
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, melakukan bimbingan dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan sepenuhnya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Savitri Kunti Widayati
NIM : 14540035
Judul : Pengaruh Media dan Pandangan Islam terhadap
Pemakaian Aksesoris pada Pria Metroseksual

Sudah dapat diajukan kepada jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Sosiologi Agama. Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera ditunaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 26 Januari 2022
Pembimbing

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dr. Nurus sa'adah, S.Psi.,Msi.,Psi
NIP. 19741120 200003 2 003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-216/Un.02/DU/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH MEDIA DAN PANDANGAN ISLAM TERHADAP PEMAKAIAN AKSESORIS PADA PRIA METROSEKSUAL**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SAVITRI KUNTI WIDAYATI
Nomor Induk Mahasiswa : 14540035
Telah diujikan pada : Jumat, 28 Januari 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Nurus Sa'adah, S.Psi., M.Si., Psi.
SIGNED

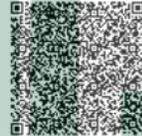
Valid ID: 61f6101867cae



Penguji II

Nur Afni Khafsoh, M.Sos.
SIGNED

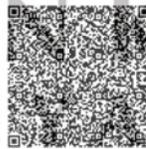
Valid ID: 61f4e756e909



Penguji III

Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd.
M.A.
SIGNED

Valid ID: 61f6021a70da0



Yogyakarta, 28 Januari 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 61f6a6c68001c

ABSTRAK

Fashion merupakan kebiasaan yang muncul didalam waktu yang telah ditentukan dan tidak dapat abadi dan berkembang dengan seiring perkembangan budaya yang masuk, karena saat ini media telah menjadi candu dan dapat merasuk ke dalam alam bawah sadar individu membentuk kepribadian dan budaya baru di lingkungan mereka. Aksesoris merupakan bagian dari fashion dan perkembangan zaman telah membawa fashion yang lebih luas lagi dengan banyaknya media yang telah dapat diterima bahkan diterapkan di kehidupan sosial mereka sehari-hari.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), sumber primernya adalah konsumen instagram @grosiracesories. Untuk data sekunder yang dipergunakan antara lain jurnal, dokumen dan sebagainya yang memiliki relasi tentang pengaruh media dan pandangan Islam terhadap pemakaian aksesoris pada pria metroseksual. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Untuk pengumpulan data yang ditempuh oleh peneliti adalah snowball.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa pria metroseksual merupakan type pria yang unik dari pria pada umumnya, salahsatu aksesoris yang dikenakan oleh pria metroseksual pada umumnya adalah kalung, sehingga pemakaian aksesoris kalung yang diklaim menambah rasa percaya diri oleh pria metroseksual saat ini, sehingga menjadi kebudayaan baru yang terbentuk menjadi sebuah gaya hidup baru, identifikasi dan terapkan dalam kehidupan dan *style* mereka. Selanjutnya, mengenai fenomena penggunaan aksesoris pada pria metroseksual timbul menjadi pro dan kontra jika dipandang dari sudut keagamaan yang mengakibatkan pemakaian aksesoris menjadi perdebatan yang hangat sampai saat ini. Jika dipadu pandankan dengan teori dari Albert Bandura yang menekankan Vicarios Learning (belajar dari mengamati orang lain), Triadic Reciprocal Causation Model, yaitu tindakan manusia merupakan hasil dari interaksi antara tiga variabel, yaitu: Environment (berasal dari Individu), Behavior (Lingkungan yang berpengaruh), Person (kognitif, persepsi) Agent Perspektive, yaitu manusia dapat mengkontrol lingkungan, maka dapat diketahui bahwa perilaku pemakaian aksesoris pada pria metroseksual adalah karena adanya pengaruh dari diri sendiri untuk tampil lebih maskulin dan berbeda dari yang lain dan lingkungan yang modern memberikan pengaruh pada model penampilan pria metroseksual melalui media sosial yang banyak memberikan gambaran tentang gaya terkini pria metroseksual yang sedang menjadi sorotan, sehingga pri metroseksual mencoba mengadaptasi gaya penampilan yang ada di media sosial dalam kehidupan kesehariannya dengan persepsi bahwa gaya yang ditiru dari media sosial tersebut membuat penampilan dari pria metroseksual menjadi semakin maskulin dan keren di lingkungan masyarakat sekitar.

MOTTO

“Semua pasti akan ada jalan”

“Jika kamu berusaha semaksimal mungkin, akan ada hasil yang lebih dari yang kamu harapkan”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

**Alhamdulillah atas Rahmat dan izin Allah Swt,
Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik**

**Terimakasih kepada kedua Almarhum dan Almarhumah orangtua
saya tercinta, serta kakak ku Heni Purwaningsih S.sos yang tiada
pernah henti memberi dukungan serta do'a untuk kesuksesan saya
dalam segala hal**

**Terimakasih untuk sahabat dan seluruh pihak yang telah
memberikan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini**

**Semoga Allah melimpah Rahmat-Nya atas segala kebaikan yang
telah diberikan**

Aamiin...

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Kata Pengantar



Rasa puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan segala karunia-Nya yang tak terhingga kepada peneliti. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Sholawat beserta salam kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, dan para sahabatnya. Semoga syafa'atnya kita dapatkan di akhirat kelak.

Alhamdulillah dengan ridha Allah SWT beserta do'a orang tua, saudara, beserta atas bantuan semua pihak yang terlibat hingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa adanya kekurangan serta keterbatasan dalam penelitian dan penulisan skripsi, oleh karena itu, penulis sangat berharap untuk kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Di kesempatan ini, tentu tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan orang-orang hebat di sekitar penulis, sudah sepatutnya penulis, mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al-Makin.S.AG.,MA selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta merangkap sebagai dosen penasihat akademik.
2. Dr. Nur Sa'adah, S.Psi.,Msi.,Psi sebagai dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan ruang, waktu, tenaga serta pemikirannya demi selesainya penyusunan skripsi ini. Semoga kesabaran dan kesungguhan yang tulus ini dapat dicatat sebagai ibadah.
3. Dr.Rr.Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag, M.Pd.M.A selaku ketua jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam yang telah memberikan Ilmu serta pengalaman kepada penulis, semoga semua yang telah bapak dan Ibu

Dosen berikan dapat bermanfaat bagi penulis saat ini dan di masa yang akan datang, semoga semuanya senantiasa dalam lindungan Allah SWT.

5. Seluruh Jajaran Pegawai Tata Usaha Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam beserta pegawai perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak membantu dalam proses pembelajaran penulis.
6. Kakakku, Heni Purwaningsih S.sos, Nuril Hidayati, Ayahanda Alm. Supodo dan Ibunda Almh. Sulismiyati, Ibu Lina Rusmiyatun, Bapak Heru Sutrisno, beserta keluarga yang senantiasa memberikan dukungan moril, materil, nasihat, semangat, motivasi dengan seluruh pengorbanannya dan selalu memberikan yang terbaik bagi penulis hingga sampai di titik ini.
7. Teman-teman jurusan Sosiologi Agama 2014.
8. Seluruh teman yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu, serta semua pihak yang membantu dengan ikhlas dan penuh ketulusan semoga Allah SWT senantiasa memberikan lindungan serta kemudahan kalian dalam segala hal.
9. Pelanggan Grosir Aksesoris yang telah bersedia menjadi responden peneliti, terimakasih atas kesediaannya, dan waktu yang telah di curahkan, semoga dipermudah segala urusannya.

Akhirnya dengan bangga penulis mempersembahkan skripsi ini kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga ilmu yang telah kalian berikan menjadi Ilmu dan pengalaman yang bermanfaat. Dengan demikian, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memotivasi dan bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 27 Januari 2022

Savitri Kunti Widayati
Nim. 14540035

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN..... | ii |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI | iii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING..... | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| BAB I : PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian | 7 |
| D. Kajian Pustaka..... | 8 |
| E. Kerangka Teoritis..... | 12 |
| F. Metode Penelitian | 15 |
| G. Sistematika Pembahasan..... | 18 |
| BAB II : TINJAUAN UMUM TENTANG AKSESORIS..... | 20 |
| A. Aksesoris dan Urgensinya..... | 20 |
| B. Aksesoris dan Sejarahnya | 23 |
| C. Jenis Aksesoris | 31 |
| D. Penggunaan Aksesoris Oleh Pria Metroseksual..... | 34 |
| BAB III : MEDIA DAN KEBUDAYAAN MASYARAKAT..... | 47 |
| A. Pengaruh Media dan Kebudayaan di Masyarakat..... | 47 |
| B. Agama Sebagai Kontrol Sosial di Masyarakat..... | 49 |
| C. Dampak Pemakaian Emas bagi Kesehatan | 54 |

| | |
|--|-----------|
| BAB IV : HUBUNGAN ANTARA MEDIA DAN TEORI MODELING DI MASYARAKAT | 60 |
| A. Pengertian Media Massa | 61 |
| BAB V : PENUTUP..... | 80 |
| A. Kesimpulan | 80 |
| B. Saran..... | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 84 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 87 |



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Pria Metroseksual | 35 |
| Gambar 1.2 Foto Rezki Febian..... | 37 |
| Gambar 1.3 Foto Al-Ghazali | 38 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Fashion merupakan kebiasaan yang muncul di dalam waktu yang ditentukan sehingga dapat dikatakan tidak bisa abadi. Di waktu tertentu pun fashion memberikan gambaran kebiasaan yang trend pada masanya. Tidak sedikit pula fashion yang ternama di masa tertentu pula. Fashion merupakan kebiasaan yang muncul di dalam waktu yang di tentukan sehingga dapat dikatakan tidak bisa abadi. Di waktu tertentu pun fashion memberikan gambaran kebiasaan yang trend pada masanya. Tidak sedikit pula fashion memberikan gambaran kebiasaan yang trend pada masanya. Tidak sedikit pula fashion yang ternama di masa tertentu pula.¹

Masyarakat konsumen menurut post strukturalis merupakan masyarakat yang dikelompokkan sebagai konsumen barang dan jasa dengan meminimalisir memproduksi barang dan jasa. Julukan tersebut merujuk budaya kultural yang berkaitan, yang dijadikan masyarakat konsumsi yang lebih mementingkan konsumsi dengan pencapaian sosial serta tolak ukur kesuksesan dan kebahagiaan dan menjadikan konsumen sebagai patokannya.²

Seperti halnya, konsep konsumerisme menjadikan konsumen terlibat di dalam memproduksi dan pelayanan. Di dalam dunia elektronik, misalkan

¹Marcel Danesi, Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi.(Yogyakarta: Jalasutra, 2004) hal 216.

²Suyanto,bagong.2013.Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme. Jakarta:Kencana. Hal 107.

produk merk Dell dikenal sebagai PC atau laptop yang dapat dikonsumsi berdasarkan fitur yang disajikan agar konsumen dapat memilah-milah dan mengambil keputusan apa saja yang mereka butuhkan.³

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang saat ini, dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari berbagai belahan bumi yang berbeda secara serentak. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan dunia dalam genggaman yang sangat praktis dalam satu sentuhan saja semua dapat di dapatkan.⁴

Saat ini pengguna kalung tidak hanya perempuan saja, kalung bagi para pria merupakan hal yang sudah tidak tabu lagi, bahkan sekarang sebagai sebuah trend yang sedang *booming*. Bahkan, dapat dikatakan sebagai kebutuhan. Beda pada zaman dahulu yang masih dianggap tidak wajar, tabu dan bahkan aneh. Semakin banyaknya media yang mendukung untuk penyebarluasan trend di kalangan masyarakat membuat penyebaran informasi semakin cepat meluas di kehidupan sehari-hari. Karena media tidak dapat di pungkiri memang memegang kendali penuh dalam kehidupan sehari-hari tanpa kita sadari yang sudah mendarah daging dilakukan sehari-hari tanpa dapat kita menghitungnya dan kadang sudah reflek mengingat iklan-iklan

³ Blj.co.id/2013/02/26/mengenal-konsep-prosumer. Diakses pada 17-8-2019 pukul 14.32

⁴ Rulli Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi, (Bandung: Simbiosis Rektama Media, 2017), hlm.2

yang muncul di media sosial yang tidak henti-hentinya berusaha masuk dalam pemikiran dan gaya hidup serta kehidupan sehari-hari kita.

Jalur menuju media saat ini telah dijadikan kebutuhan pokok dari masyarakat, dengan bertambahnya kebutuhan dalam bidang informasi, pengetahuan serta hiburan yang berasal dari wilayah lain sevara serentak.

Seiring dengan majunya bidang teknologi serta informasi dengan berbagai macam penunjang yang tersedia semakin memanjakan konsumennya mengetahui berbagai informasi di belahan dunia. Media sosial internet adalah suatu sarana teknologi yang banyak diminati oleh masyarakat. Internet sendiri dapat menghasilkan interaksi sosial dalam bentuk yang baru dan berbeda. Ketika pada masa lampau masyarakat melakukan interaksi secara sosial dalam bentuk yang yang baru dan berbeda. Ketika pada masa lampau masyarakat melakukan interaksi secara sosial dengan cara bertemu secara langsung maka dengan adanya internet kita dapat melakukan interaksi secara virtual melalui media yang ada seperti whatsapp, instagram, twiter, telegram dan media sosial lainnya.⁵

Hal yang muncul berulang-ulang justru tanpa kita sadari akan melekat lebih kuat di dalam pemikiran kita, masuk dan merasuk ke dalam alam bawah sadar dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Dan terlebih lagi kita terjebak dalam lingkungan yang sangat konsumtif terhadap barang-barang fashion yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi bagaimana gaya hidup

⁵Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016), hal. 3.

dan bersosialisasi terhadap lingkungan. Jika kita tidak mengikuti kita akan tertinggal dengan pergaulan di masyarakat sekitar.

Adanya logika konsumerisme tidak hanya tertuju hanya satu hal dengan manfaat ataupun fungsi suatu barang atau jasa yang di perhitungkan oleh individu, tetapi menitikberatkan pada makna yang terkandung pada suatu barang atau jasa.⁶

Kegiatan konsumsi, tidak hanya dilihat untuk kesenangan semata, yang dipergunakan masyarakat seperti yang mereka inginkan dan masih di dalam arah yang rasional, melainkan sesuatu yang sudah tersusun dalam struktur yang mau tidak mau disuguhkan untuk masyarakat dan wajib untuk dijalankan. Baudrillard memberikan tanda khusus yang sudah memiliki pedoman bahwa konsumsi yang mereka nikmati adalah wujud dari simbol-simbol yang mereka tunjukkan kepada orang lain melalui suatu barang yang mereka beli, bukan berdasarkan atas kebutuhan lagi, namun simbol yang mereka tunjukkan.⁷

Jalur tentang media sudah dijadikan sebagai kebutuhan pokok dari individu saat ini, timbulnya kebutuhan dalam hal di bidang informasi secara serentak di berbagai wilayah. Seiring dengan berkembangnya di bidang

⁶Suyanto, bagong.2013.Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme. Jakarta:Kencana. Hal 109

⁷Suyanto, bagong.2013.Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme. Jakarta:Kencana. Hal 110

teknologi serta informasi dan sarana prasarana yang memadai sehingga melahirkan dunia dalam genggamannya yang sangat praktis dalam satu sentuhan.⁸

Perbedaan yang mendasar adalah bahwa dalam sistem sosial dewasa ini pemborosan yang luar biasa tidak memiliki lagi hubungan simbolis. Kelesuan prestisius ini juga “dipersonifikasikan” dan dipublikasikan di media massa. Kelesuan ini berfungsi sebagai taruhan ekonomi tentang konsumsi massa, yang dirumuskan sebagai subkultur kaum buruh. Karikatur tentang gaun mewah seorang bintang film yang dipakai hanya semalam saja, yaitu, seperti “celana dalam sementara”, yang 80% katun dan 20% benang alklikrik tanpa tenun, pagi dipakai, malam di lepaskan, dan tanpa di cuci. Terutama, pemborosan kemewahan tingkat tinggi ini yang di unggulkan di media massa menjadi suatu hal yang viral dan melipatgandakan pemborosan yang lebih mendasar dan sistematis disatukan secara langsung dalam proses ekonomis, yang menjadi suatu pemborosan fungsional dan birokratis, dihasilkan bersamaan dengan produksi barang, dicampur dengan mereka, maka dari itu, tidak boleh tidak dikonsumsi sebagai salah satu kualitas dan salah satu dimensi objek konsumsi: kerapuhan mereka, hilangnya nilai mereka di perhitungkan, hukuman mereka pada waktu yang cukup singkat. Sekarang ini yang dibuat bukanlah berdasarkan nilai guna suatu barang ataupun ketahanan barang tersebut, atau asa bertahannya tetapi dalam fungsi

⁸ Rulli Nasrullah, Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017) hlm2

kematiannya yang percepatannya berarti juga percepatan penurunan harga yang terjadi pada barang tersebut.⁹

Tidak dapat dipungkiri memang, kita tidak dapat menghindar, apalagi terlepas dari sosial media yang menjadi candu dalam kehidupan kita. Bukan hanya menjadi hiburan, namun justru kebutuhan. Seperti infotainment, gaya hidup artis yang sangat berpengaruh dalam cara kita berpakaian, bersikap dan memandang suatu hal, seperti halnya kalung bukan hanya sebagai aksesoris namun kalung juga dapat di sebut sebagai identitas, apakah yang dinamakan identitas? Seperti hal yang lebih singkat dan praktisnya lagi identitas lebih mudah di jabarkan sebagai tanda tanya tentang diri sendiri dan tertuju kepada ruang dan waktu yang berbeda di lingkungan sosial, yang tidak dapat di elakkan, sekarang perkembangan fashion yang semakin pesat, apabila kita tidak dapat mengimbangi kita dapat di sebut ketinggalan zaman. Karena tidak dapat dipungkiri lagi untuk kebutuhan fashion dari waktu ke waktu berkembang pesat dengan berbagai budaya dan pemikiran yang masuk melalui media sosial tanpa kita sadari sudah melekat dalam kehidupan sehari-hari.

Pria Metroseksual memiliki pemikiran yang sedikit berbeda dengan pria lain yang masih tidak memperhatikan penampilan mereka, demi menunjang penampilannya untuk tetap dilihat menarik, mereka rela menghabiskan sebagian waktu mereka mengikuti media sosial untuk memastikan apakah ada hal yang baru, mengidentifikasi, apakah bisa diterima

⁹ Baudrillard, p Jean.2018.*Masyarakat Konsumsi*.(Bantul:Kreasi Wacana).hlm37

atau tidak dalam diri mereka agar mereka tetap dapat menyesuaikan penampilan agar terlihat menarik dan *stylish*.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh media terhadap penggunaan kalung bagi pria metroseksual?
2. Bagaimana kontrol agama dalam kehidupan pria metroseksual?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan guna menggali dan memperoleh informasi terkait pengaruh media sosial salahsatunya adalah instagram terhadap penggunaan aksesoris pada pria metroseksual.

Sedangkan kegunaan penelitian secara konkrit yakni bisa menjadi salah satu referensi yang mengkaji tentang pengaruh media dan pandangan Islam terhadap pemakaian aksesoris terutama pada kehidupan pria metroseksual. Lebih lanjut, penulis berharap dengan adanya kajian ini pemikiran masyarakat yang cenderung memiliki stereotip negatif terhadap pria metroseksual setelah adanya penelitian ini masyarakat menjadi paham akan pria metroseksual itu sendiri dan pelan-pelan dapat memberikan pandangan positif terhadap gaya penampilan pria metroseksual ini.

Karena seperti yang kita ketahui di lingkup sosial, terutama dalam keagamaan banyak sekali pro kontra yang merebak tentang budaya modern, salahsatunya adalah tentang gaya pemakaian aksesoris oleh pria metroseksual

ini, masih sedikit sekali adanya pemikiran yang mengikuti era perkembangan zaman terutama di zaman modern seperti ini. Masyarakat awam masih memakai kaidah-kaidah dan tradisi yang belum sepenuhnya menerima adanya budaya modern yang masuk sesuai dengan perkembangan zaman yang terus berkembang.

1. Manfaat Akademis

Data yang di dapatkan dari penelitian ini diharapkan dapat lebih memperluas ilmu dalam bidang ilmu sosial dan memberikan sudut pandang baru dalam hidup bermasyarakat.

2. Manfaat Praktis.

Sedangkan kegunaan penelitian secara konkrit yakni bisa menjadi salah satu referensi yang mengkaji makna sosial Terhadap Pemakaian Aksesoris terutama Pada pria. Lebih lanjut, penulis berharap dengan adanya kajian ini bagi orang yang memakai aksesoris agar dapat lebih selektif dalam memilih bahan aksesoris dan sesuai kebutuhan.

D. Kajian pustaka

Mengenai tema yang diangkat oleh narasumber, sebelumnya sudah terdapat beberapa yang membahas atau meneliti yang mempunyai kesinambungan dengan tema seperti yang narasumber angkat saat ini, diantaranya:

Pertama, skripsi yang disusun oleh Laelatul Maghfiroh dengan judul “Studi Analisis Hadis Tentang Larangan pria Memakai Cincin Emas”.

Menjelaskan mengenai penafsiran hadist yang menjabarkan perihal larangan pria menggunakan cincin berbahan emas, narasumber menjelaskan dengan mencantumkan hadist pendek dan menjabarkan lebih lanjut mengenai manfaat yang dapat diperoleh dari larangan penggunaan cincin emas bagi pria yang diambil dari sudut pandang ekonomi, kesehatan ataupun dari segi sosial di masyarakat. Alangkah baiknya untuk pria tidak menggunakan cincin berbahan emas jika ditinjau dari segi kesehatan. Perbedaan dengan peneliti terletak pada objek memakai cincin emas pada laki-laki sedangkan peneliti mengkaji tentang pemakaian kalung pada pria metroseksual.¹⁰

Kedua, artikel jurnal yang di tulis oleh M. Chairul Basrun Umanailo, Mansyur Nawawi, Sukainap Pulhehe, yang berjudul “Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konstruksi”. Jurnal ini membahas tentang masyarakat modern sendiri sudah merubah diri mereka menjadi masyarakat yang secara terus menerus sehingga menjadi dan menghasilkan suatu budaya baru yang tidak dapat lagi terelakkan. Awal terbangunnya konsumerisme, rancangan konsumtif yang terdapat di masyarakat modern cenderung dominan dengan fasilitas yang ada serta kemajuan di bidang teknologi dan berubahnya sistem sudut pandang masyarakat guna memenuhi kebutuhan sehingga teknologi memfasilitasi pergeseran masyarakat menjadi masyarakat modern dan menjadi masyarakat yang konsumtif. Persamaan dengan penelitian ini adalah mengenai

¹⁰ Laelatul Maghfiroh, “*Studi analisis hadis tentang larangan laki-laki memakai cincin emas*”, skripsi Jurusan Tafsir Hadis, Fakultas Ilmu Ushuluddin.UIN Walisongo (2015).

perkembangan masyarakat modern, namun perbedaan dengan penulis ditinjau dari segi agama yang menjadi kontrol sosial di masyarakat ¹¹

Ketiga, artikel jurnal karya Laode Monto Bauto dengan judul “Perspektif Agama dan Kebudayaan dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia (Stuatu Tinjauan Sosiologi Agama)”. kompetensi yang ada dalam diri di setiap individu itu sendiri dapat menghasilkan suatu kebudayaan karena individu dan budaya sudah menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meninjau dalam segi sosiologi agama namun, memiliki perbedaan tidak menyinggung mengenai pria metroseksual. ¹²

Kempat, artikel jurnal yang ditulis oleh Indra Setia Bakti, Nirzalin Nirzalin, Alwi Alwi yang berjudul “Konsumerisme dalam perspektif Jean Baudrillard” memaparkan tentang perkembangan masyarakat modern yang lebih cenderung menjadi “masyarakat konsumsi” yang lebih mengutamakan penampilan dan menjadikan konsumsi menjadi ideologi yang berlaku, perbedaan dalam penelitian ini adalah bukan hanya membahas tentang masyarakat modern yang konsumsi namun penulis juga memaparkan bagaimana pria metroseksual dalam lingkup sosial. ¹³

¹¹ Chairul dkk, “Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konstruksi” dalam Jurnal Online SIMULACRA, Volume 1, Nomor 2, November 2018 dalam <https://www.neliti.com/publications>, diakses pada 10 Oktober 2021, pukul 23.00 WIB

¹² Laode Monto Bauto, “Perspektif Agama dan Kebudayaan dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia (Stuatu Tinjauan Sosiologi Agama)” dalam Jurnal Online JPIS, Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial, Volume 23, No. 2, Edisi Desember 2014 dalam <https://ejournal.upi.edu/>, diakses pada 11 Oktober 2021, pukul 19.00 WIB.

¹³ Indra dkk, “Konsumerisme dalam perspektif Jean Baudrillard” dalam Jurnal Online Vol 13, No 2 (2019) > Bakti dalam dalam <http://e-repository.unsyiah.ac.id/>, diakses pada 01 Desember 2021 pukul 08.00 WIB.

Kelima, artikel jurnal yang ditulis oleh Arnie Mellawatie, Eni Maryani dan Nindi Aristi yang berjudul “Representasi laki-laki metroseksual dalam iklan vaseline men face moisturazer”. Jurnal ini membahas mengenai kebiasaan para laki-laki metroseksual yang memiliki tubuh yang altetis dan berolah raga dipusat kebugaran, mempunyai penampilan serta wajah yang sempurna, bahkan tidak ada noda hitam di wajahnya, memakai kosmetik, dan menjadi idola para laki-lain lain . perbedaan dengan penulis terletak pada objek kajian, jika jurnal tersebut menganalisis di iklan atau media sosial, maka penulis menganalisis bagaimana pria metroseksual bersosialisasi di lingkungan masyarakat dan apa yang dibawa ketika berbagai macam media yang membawa pengaruh bagi kehidupannya.¹⁴

Keenam, artikel jurnal yang ditulis oleh Anisa Dwi Pramesti, Dina Anik Rahayu dan Ade Kusuma yang berjudul “Representasi metroseksual pada fashion Stefandy Yanata Harilasso (Analisis semiotika Roland Bartes terhadap foto Stefandy Yanaya Harilasso pada Akun Instagram @Andyyanata)”, jurnal ini membahas tentang pergeseran fashion yang menjadi bagian dari individu dan bagian penampilan dari pria modrrn dan perkotaan. Perbedaan dengan penulis terletak pada objek pria metroseksual bukan hanya di perkotaan saja.

Dari keenam kajian pustaka yang ditemukan oleh peneliti, semuanya memiliki perbedaan dengan penelitian ini, baik dari tema pokok, subjek dan

¹⁴ Anisa dkk, “Representasi laki-laki metroseksual dalam iklan vaseline men face moisturazer” Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 2, No. 1, Oktober 2017, hlm 10 - 17 dalam <http://jurnal.unpad.ac.id/>, diakses pada 29 Januari 2022 pada pukul 02.00 WIB

objek penelitian hingga teknik penelitian yang dipergunakan oleh penulis. Selain itu, analisis yang di pergunakan oleh peneliti terfokus pada Pria metroseksual yang mengenakan kalung serta pro dan kontra dalam segi agama Islam.

E. Kerangka Teori

Teori adalah suatu hal yang mendasar yang dijadikan sebagai alat bantu pokok. Teori dapat mempengaruhi proses dalam memandang suatu masalah untuk pengambilan keputusan, menggelar kerangka analisa, berpengaruh untuk merumuskan hipotesa, serta menyimpulkan rancangan penelitian. Teori berperan aktif untuk menentukan sikap di dalam proses memilah metode penelitian, pengevaluasian data, penarikan kesimpulan serta perumusan keputusan.

Dalam penelitian ini, diawali dengan penyajian fakta modeling yang di hasilkan secara massal yang dijadikan komponen penting untuk ekonomi kapitalis. Dalam perubahan dan penggunaan komoditas tidak bisa dihindari sehingga dapat mengakibatkan sebagian besar keuntungan berupa pundi-pundi rupiah yang dapat di investasikan kembali untuk dijadikan alat produksi. Mengakibatkan perputaran modal dapat beriringan hingga penambahan produksi dapat dijalankan dengan banyaknya produksi yang didapat, maka bertambah banyak juga keuntungan yang akan di dapatkan.

Penulis menggunakan Teori Albert Bandura meniru atau modeling. Albert Bandura dilahirkan dan dibesarkan di Mundare Northem Alberto

Kanada, pada tanggal 04 Desember 1925. Lingkungan dan perilaku orang lain yang akan menjadi model dan akan memunculkan perilaku seseorang dan perilaku tersebut dipelajari, dan tidak muncul begitu saja dengan instan, proses tersebut dapat terjadi dari proses imitasi atau modeling.

Lima asumsi dasar dari Albert Bandura yaitu:

1. Plasticity, yaitu manusia dapat belajar dalam berbagai macam tingkah laku di situasi yang berbeda, Albert Bandura lebih menekankan Vicarios Learning (belajar dari mengamati orang lain)
2. Triadic Reciprocal Causation Model, yaitu tindakan manusia merupakan hasil dari interaksi antara tiga variabel, yaitu:
 - a. Environment (berasal dari Individu)
 - b. Behavior (Lingkungan yang berpengaruh)
 - c. Person (kognitif, persepsi)
3. Agent Perspective, yaitu manusia dapat mengontrol lingkungan dan kualitas kehidupan mereka “manusialah yang menciptakan sistem sosial dan Albert Bandura merupakan produk dari sistem sosial”
4. Self Regulation, yaitu dimana manusia meregulasi tindakan mereka terhadap melakukan faktor-faktor internal dan eksternal.
 - a. Eksternal (mencakup lingkungan fisik dan sosial)
 - b. Internal (Self Observation, Judgemental process, dan self reaction)
5. Moral Agency, yaitu manusia mengatur tingkah laku mereka melalui moral agency atau standart perilaku normal.

Observational Learning merupakan manusia yang mampu belajar, baik itu sikap, ketrampilan, ataupun tingkah laku dimana sebagian besarnya merupakan hasil dari pengalaman vicarious, yaitu observasi terhadap model. Dalam proses modeling, seseorang belajar melalui proses observasi, namun bukan hanya proses yang sekedar meniru, namun ada proses kognitif yang mempengaruhi. Faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu:

1. Karakteristik Model (berbagai perilaku yang dikenal di lingkungannya, apabila perilaku itu sesuai dengan apa yang di harapkan maka akan di tiru.¹⁵
2. Karakteristik Observer (Mempunyai kepercayaan diri diri yang rendah)
3. Konsekuensi dari tingkah laku yang dia tiru

Berikut adalah proses Modeling yang terjadi, diantaranya:

1. Attentional Processes, yaitu individu dapat mengembangkan proses kognitif dan ketrampilan perseptual mereka untuk memberikan perhatian dan memahami perilaku yang ditunjukkan oleh model.

Contohnya: Selebriti atau Selebgram yang seumuran.

2. Retencion, yaitu dimana individu mempertahankan atau mengingat perilaku model sehingga nantinya dapat meniru atau mengulangnya di waktu tertentu.
3. Production Processed, yaitu dimana individu menerjemahkan gambaran mental ataupun representasi simbolik verbal dari perilaku model ke

¹⁵ Mohamad Surya, *Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran* (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), 44

perilaku nyata secara fisik dan selanjutnya menerima umpan balik, salah satunya dari lingkungan, terhadap perilakunya tersebut.

4. Incentive dan Motivational Process, yaitu ketika individu mempunyai pemahaman bahwa perilaku yang ditiru atau diimitasi akan mengarahkannya pada konsekuensi tertentu sehingga terjadinya proses belajar untuk dia mengulangi perilakunya yang sama tersebut dilain waktu.

Sosialisasi di dunia maya saat ini lebih dekat dijangkau dan nampak lebih nyata jika dibandingkan dengan sosialisasi nyata seperti tetangga. Setelah itu maka semakin banyak orang-orang yang lebih tertarik dengan media sosial dan menarik diri dari dunia nyata, hal tersebutlah yang menjadikan tawakal awal dari sikap introvert lingkungan sosial dan berakibat menyebabkan gangguan kepribadian, mementingkan diri sendiri dan tidak peka terhadap lingkungan sosial.¹⁶

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini masuk dalam kategori penelitian lapangan (field research). penelitian lapangan mempunyai dasar adalah metode yang untuk menggali permasalahan secara detail dan realistis mengenai fenomena yang telah terjadi di masyarakat.¹⁷

¹⁶Kursiwi: "Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Semester V (Lima) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri (UIN) Jakarta" (Jakarta: UIN Jakarta, 2016)

¹⁷ Mardalis, Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal, Cet X (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal.28.

Pada penelitian kualitatif, suatu proses penelitian serta ilmu pengetahuan berbeda dan tidak sederhana dalam menentukan objek, dikarenakan saat masih dalam pengolahan data penelitian kualitatif menjalani beberapa tahapan secara ilmiah dan peneliti juga diharuskan untuk berfikir dengan induktif agar mendapatkan objek sosial yang dihasilkan oleh bermacam-macam fenomena sosial melalui media sosial instagram. Selanjutnya, untuk menentukan analisis yang sesuai dan mengupayakan untuk menerapkan teori dengan yang dihasilkan oleh yang diteliti tersebut.¹⁸

2. Subjek penelitian

Sumber data penelitian di ambil dari pelanggan pengguna aksesoris dari Grosir Acesories. Data di peroleh melalui hasil wawancara berasal dari beberapa informan pengguna aksesoris kalung, buku, media sosial youtube maupun dokumentasi yang di dapat oleh penulis.

3. Lokasi penelitian

Studi kasus pelanggan dari salahsatu akun instagram daerah Yogyakarta dikarenakan penulis banyak menemukan pria metroseksual khususnya di Yogyakarta membeli aksesoris kalung untuk menunjang penampilan mereka.

¹⁸M. Burhan Bungin, Penelitian kualitatif (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2007), hlm 6.

4. Jenis data penelitian

Pada dasarnya, metode¹⁹, wawancara. Fungsi metode merupakan langkah-langkah dan prosedur yang terarah serta strategi yang dipilih kemudian akan dilakukan oleh peneliti hingga menjadi rencana penelitian dapat dikerjakan dengan cara-cara tersebut.²⁰

a. Sumber data

Peneliti ini mempunyai dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primernya adalah konsumen instagram @grosiracesories. Untuk data sekunder yang dipergunakan antara lain jurnal, dokumen dan sebagainya yang memiliki relasi tentang pengaruh media dan pandangan Islam terhadap pemakaian aksesoris pada pria metroseksual. Data sekunder ini bertujuan untuk memperkaya, memperjelas dan memperkuat data primer.

b. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dibutuhkan teknik pengumpulan data agar didapatkan data di lapangan yang sinkron dengan tema penelitian.

Metode yang di gunakan oleh penulis merupakan metode snowball.

¹⁹ Metode berasal dari bahasa Yunani, *methodos* yang berarti cara atau jalan. Lihat Fuad Hasan dan Koentjaraningrat, "Beberapa Asas Metodologi Ilmiah" dalam Koentjaraningrat (ed), *Metode-metode penelitian masyarakat* (Jakarta:Gramedia,1977), hlm 16 dalam bahasa Inggris, kata ini ditulis dengan *method* yang oleh Bangsa Arab diterjemahkan sebagai *thariqah* dan *manhaj*. Dalam bahasa Indonesia, kata tersebut mengandung arti 'cara yang teratur dan terpicik baik-baik untuk mencapai maksud (dalam ilmu pengetahuan dan sebagainya), cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai sesuatu yang ditentukan.' Selengkapnya lihat Tim penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta:Balai Pustaka, 1988), hlm 580-581: Lihat juga Poerwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, cet IX (Jakarta: Balai Pustaka,1986), hlm 649.

²⁰ Amin Abdullah, "Metodologi Penelitian dalam Pengembangan Studi Islam" dalam Dudung Abdurrahman (ed), *Metodologi Penelitian Agama : Pendekatan Multidisipliner* (Yogyakarta: Lembaga Penelitian UIN Sunan Kalijaga, 2006),hlm.10-11.

c. Pendekatan

Informasi yang di dapatkan nantinya akan diproses dari segi filosofis agar menghasilkan wawasan secara objektif untuk mendapatkan pemahaman mengenai gagasan modeling Albert Bandura.

G. Sistematika pembahasan

Agar menjadikan lebih mudah penelitian pustaka terhadap tema, kedepannya dilakukan.

Bab I, mencakup Latar belakang penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Media dan Pandangan Islam Terhadap Pemakaian Aksesories Pada pria Metroseksual” . Dalam bab ini akan menjelaskan rumusan dan harapan yang diangkat penulis dalam penelitian ini serta mencakup bagaimana metode penelitian yang akan dilakukan untuk meneliti tentang tema yang diangkat penulis. Selanjutnya, kerangka teoritik merupakan sebagai pemahaman dan pembatasan masalah dalam penelitian ini. Sedangkan untuk metode penelitian penulis menggunakan metode historis-filosofis. Selain itu, untuk mengetahui lebih jauh perkembangan penelitian yang bersangkutan dengan tema, penulis paparkan mengenai sejarah mana perkembangan pustaka yang berhasil penulis pelajari. Terakhir, untuk mempermudah pembahasan serta penulisan penelitian ini, penulis jabarkan sistematika yang akan penulis pergunakan dan harapan dengan adanya penelitian ini adalah dapat menjadikan informasi dari keresahan peneliti.

Bab II, Menjelaskan bahwa saat ini penggunaan aksesoris pada pria metroseksual di masyarakat.

Bab III, Berisi pembahasan meliputi bagaimana yaitu sebagai informasi bagaimana kontrol agama pada pengaruh penggunaan kalung bagi pria.

Bab IV, Tentang analisa hubungan antara media dengan proses modeling yang terjadi dalam masyarakat Lingkungan dan perilaku orang lain yang akan menjadi model dan akan memunculkan perilaku seseorang dan perilaku tersebut dipelajari, dan tidak muncul begitu saja dengan instan, proses tersebut dapat terjadi dari proses imitasi atau modeling, Vicarios Learning (belajar dari mengamati orang lain) dan Triadic Reciprocal Causation Model, yaitu tindakan manusia merupakan hasil dari interaksi antara tiga variabel, yaitu: Environment (berasal dari Individu), Behavior (Lingkungan yang berpengaruh), Person (kognitif, persepsi) Agent Perspektive, yaitu manusia dapat mengontrol lingkungan.

Bab V, merupakan penutup yang didalamnya terdapat kesimpulan serta saran-saran. Bab ini adalah elemen akhir dari permasalahan ini, berisi kesimpulan dari hasil perumusan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah data-data yang diperoleh dari para narasumber dan menganalisis permasalahan di bab sebelumnya, berikut merupakan kesimpulan yang dapat diuraikan sebagai jawaban dari rumusan masalah di dalam penelitian ini yang merupakan jawaban dari pertanyaan tersebut kemudian di rangkum dengan secara sistematis dan komprehensif sebagaimana berikut ini:

Penggunaan kalung pada penampilan pria metroseksual memiliki nilai tambah terhadap rasa percaya diri dari pria metroseksual, stereotip tentang penggunaan kalung sebagai penunjang penampilan pria metroseksual di lingkungan masyarakat memang masih lekat akan kesan sebagai pria yang nakal, bandel namun itu dulu sebelum datangnya era media sosial yang sedikit demi sedikit memangkas hal yang dinilai tabu seperti penggunaan aksesoris pada pria menjadi hal yang sedikit demi sedikit diterima oleh lingkungan sosial masyarakat, salah satu contohnya adalah kemunculan idola-idola kaum milenial baik yang berprofesi sebagai penyanyi atau artis film yang tampil sebagai pria metroseksual yang mempunyai penampilan menarik salah satunya dengan penggunaan kalung sebagai pelengkap penampilan mereka.

Bahwa penggunaan aksesoris selama itu tidak memiliki kadar emas dan perak dalam bahannya maka diperbolehkan penggunaannya untuk pria

dalam kesehariannya karena jika dipandang dari sisi kesehatan aksesoris yang tidak berbahan emas dan perak tidak mempunyai resiko terhadap kesehatan orang yang menggunakannya untuk pemakaian sehari-hari dan aksesoris ini menurut pendapat ulama' juga bukan mutlak dikhususkan penggunaannya untuk perempuan saja, jika lelaki memakainya juga diperbolehkan. Atas dasar penilaian eksternal (mencakup lingkungan fisik dan sosial) dan internal (Self Observation, Judgemental process, dan self reaction) inilah sebagian kecil alasan dari pria metroseksual yang telah mengetahui dalil atau alasan dari agama yang meemperbolehkan adanya penggunaan dari aksesoris untuk pria akhirnya dalam diri mereka tumbuh penilaian lalu berujung pada reaksi yang ada dalam diri mereka untuk menilai aksesoris itu bisa digunakan dalam keseharian mereka, pada saat itulah pria metroseksual mulai terbuka untuk mulai menggunakan aksesoris pada diri mereka untuk alasan menunjang penampilan mereka agar lebih percaya diri untuk tampil dalam lingkup lingkungan sosial dimana mereka tinggal saat itu dan membuat masyarakat sekitar lingkungan mereka tinggal memberikan pengakuan atau penilaian bahwa apa yang mereka kenakan itu terlihat bagus di mata masyarakat. Agama sangat berperan aktif dalam mengambil pertimbangan tentang bagaimana tentang pengambilan sikap pria metroseksual yang tinggal di Indonesia ini terutama wilayah Yogyakarta karena sebagian besar masyarakat Indonesia memeluk agama Islam jadi sewajarnya mereka mempunyai pandangan bahwa apa yang mereka lakukan secara tingkah laku atau perkataan secara tidak langsung diatur oleh norma agama dan norma

masyarakat sekitar dimana pria metroseksual ini tinggal, salah satunya ketika seorang pria mulai menentukan bagaimana gaya hidup yang akan dia pilih yaitu salah satunya menjadi pria metroseksual dimana gaya berpakaian dan pemakaian atribut menjadi tolak ukur yang harus diperhatikan maka pemilihan aksesoris yang dipakai secara tepat untuk menunjang penampilan serta bahan apakah diperbolehkan dalam agama Islam harus sangat dipertimbangkan.

Media saat ini memiliki peran penting untuk mempengaruhi dan membentuk kebudayaan di masyarakat, terutama pada pria metroseksual. Bagaimana masyarakat mempunyai pengaruh untuk menentukan dari lingkungan mana dia berasal sehingga model sebuah aksesoris tersebut dapat dipergunakan untuk menunjukkan tingkatan sosial seseorang di lingkup sosialnya. Salah satunya penggunaan kalung dapat menambah menunjang kepercayaan diri seorang pria metroseksual ketika tampil di lingkungan masyarakat sehingga ketika individu tersebut melakukan peniruan gaya penampilan sang indola maka individu tersebut menjadi *agent perspektif* bahwa penampilannya akan beda dari penampilan masyarakat sekitar sehingga akan menimbulkan *judgmental process* bahwa akan ada perhatian dan penghargaan dari masyarakat sekitar lingkungan nya terhadap penampilan dari pria metroseksual.

B. Saran

Berdasarkan temuan yang telah ditemui dan dianalisis oleh peneliti, maka disini dapat dijabarkan beberapa saran yang bersifat membangun berdasarkan hasil penelitian, diantaranya:

1. Pemakaian kalung emas tidak dianjurkan bagi pria dikarenakan banyaknya dampak negatif yang ditemukan seperti iritasi dan dampak serius lainnya untuk pemakaian jangka panjang dan meminimalisir penyakit yang disebabkan oleh emas, aksesoris dapat menggunakan bahan alternatif seperti titanium, palladium, monel, dan lain sebagainya yang lebih menawarkan keamanan bagi penggunanya, selain aman harganya juga sangat bervariasi dapat menyesuaikan dengan keuangan calon pembelinya.
2. Untuk memperkaya khazanah di bidang studi Sosiologi Agama, besar harapan penulis kedepannya akan semakin banyak penelitian yang mutakhir mengenai gaya hidup pria metroseksual khususnya pada pemakaian aksesoris dalam sudut pandangan agama Islam atau bahkan agama-agama lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2006). *"Metodologi Penelitian dalam Pengembangan Studi Islam"* *Metodologi Penelitian Agama: Pendekatan Multidisipliner*. (D. Abdurrahman, Penyunt. Yogyakarta: Lembaga Penelitian UIN Sunan Kalijaga.
- Alkalali, A. M. (1993). *Kamus Indonesia Arab*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial : Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Barker, C. (2004). *Cultural Studies, Edisi terj Indonesia*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, P. J. (2018). *Masyarakat Konsumsi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Bauto, Laode Monto ,“Perspektif Agama dan Kebudayaan dalam Kehidupan Masyarakat Indonesia (Suatu Tinjauan Sosiologi Agama)” dalam Jurnal Online JPIS, Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial, Volume 23, No. 2, Edisi Desember 2014 dalam <https://ejournal.upi.edu/>, diakses pada 11 Oktober 2021, pukul 19.00 WIB.
- Bauton, I. m. (t.thn.). *perspektif Agama dan kebudayaan dalam kehidupan Masyarakat Indonesia (Suatu Tinjauan Sosiologi Agama)*.
- Bungin, M. B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Books.google.co.id diakses pada 05 Desember 2021.
- Danesi, M. (2004). *Pesan, Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- DEPDIKBUD, T. P. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (III ed., Vol. 2). Jakarta: Balai Pustaka.
- Dkk, Anisa ,“Representasi laki-laki metroseksual dalam iklan vaseline men face moisturazer” Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 2, No. 1, Oktober 2017, hlm 10 - 17 dalam <http://jurnal.unpad.ac.id/>, diakses pada 29 Januari 2022 pada pukul 02.00 WIB.
- Dkk, Chairul , “Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konstruksi” dalam Jurnal Online SIMULACRA, Volume 1, Nomor 2, November 2018

dalam <https://www.neliti.com/publications>, diakses pada 10 Oktober 2021, pukul 23.00 WIB.

<https://fmipa.uniga.ac.id/read/2020/10/si-kuning-dan-kesuburan-kaum-pria.html> diakses pada tanggal 04 Desember 2021.

<https://kesan.id/feed/feed-tanya-kiai-memakai-aksesoris-bagi-pria-a403> diakses pada 28 November 2021.

<https://techno.okezone.com/read/2017/01/18/56/1595107/larangan-cincin-emas-untuk-pria-berdasarkan-hadits-sains> diakses pada 02 Desember 2021.

Indra dkk, “Konsumerisme dalam perspektif Jean Baudrillard” dalam Jurnal Online Vol 13, No 2 (2019) > Bakti dalam <http://e-repository.unsyiah.ac.id/>, diakses pada 01 Desember 2021 pukul 08.00 WIB.

Indra, D. (2019). *Konsumerisme Dalam Perspektif Jean Baudrillard* (Vol. 13). Yogyakarta: Jurnal Sosiologi Agama USK.

Koentjaraningrat. (1990). *Sejarah Teori Antropologi*. Jakarta: UI.Press.

Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Kursiwi. (2016). *Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Semester (V) Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri (UIN) Jakarta*. Jakarta: UIN Jakarta.

Laelatul Magfiroh (2015), *Studi Analisis Hadis tentang larangan laki-laki memakai cincin emas* Jurusan Tafsir Hadis Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo.Semarang:UIN Semarang

Marcel, D. (2004). *Pesan, Tanda dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.

Mardalis. (2008). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal, Cet X*. Jakarta: Bumi Aksara.

Martono, N. (2016). *Sosiologi Perspektif Sosial Klasik, Modern, Postmodern dan Poskolonial*. Jakarta: PT Grafindo Persada.

Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.

Olson, D. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Poerwadarminta, W. (1976). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Purwanto, Y. (2007). *Psikologi Kepribadian, Integrasi Nafisyah dan 'Aqliyah Perspektif Psikologi Islam*. Bandung: Refika Aditama.
- R, i. Y. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- RI, D. A. (2002). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Banten: CV Al-Fatih Berkah Cipta.
- Sa'ad, A. A. (2009). *Syarah Al-Kabir*. (A.-H. Adz-Dzahabi, Penerj.) Aqwan.
- Shadily, J. E. (1998). *Kamus Indonesia Inggris: An Indonesian- English Dictionary*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soehadha. (2008). *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama Kualitatif*. Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post modernisme*. Jakarta: Kencana.
- Suyoto, d. (1992). *Al-Islam 2*. Yogyakarta: Pusat Dokumentasi dan Kajian Islam Aditya Media.
- Tamburaka, A. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Rajawali pers.
- Usman, S. E. (2011). *Pengantar Sosiologi (Pemahaman, Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial : Teori, Aplikasi dan Pemecahannya)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wawancara dengan K1 pada tanggal 18 Oktober 2021 pukul 10.00 WIB.
- Wawancara dengan K2 pada Tanggal 04 Desember 2021 pukul 11.00 WIB.
- Wawancara dengan K3 pada tanggal 13 Oktober 2021 pukul 10.00 WIB.
- Wawancara dengan K4 pada tanggal 19 November 2021 pukul 13.00 WIB.
- Wawancara dengan K5 pada Tanggal 04 Desember 2021 pukul 11.00 WIB.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

MATERI WAWANCARA

Narasumber:

Tempat dan waktu Wawancara:

Berkaitan dengan Metroseksual

1. Berapa lama pemakaian kalung?
2. Apa alasan atau pertimbangan mengenakan kalung?
3. Darimana inspirasi dari pemakaian kalung?

Pengaruh Media Sosial dalam kehidupan sehari-hari

1. Apakah media mempengaruhi dalam kehidupan sehari-hari?
2. Media apa yang mempengaruhi pemakaian kalung?
3. Apakah ada tokoh yang mempengaruhi pemakaian kalung?

Agama sebagai kontrol sosial

1. Apakah kakak beragama Islam atau menganut agama lain?
2. Bagaimana hukum pemakaian kalung yang anda ketahui?

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA