

ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini adalah munculnya fenomena metroseksual di Yogyakarta. Metroseksual adalah pria yang wangi, rapi, dan sangat mencintai dirinya sendiri, serta tidak ragu lagi untuk berdandan (Skripsiadi,2005:97). Perilaku atau aktivitas-aktivitas yang dilakukan memiliki representasi tersendiri yang dapat diartikan. Perilaku tersebut juga tergolong ke nilai-nilai gaya hidup yang dianut oleh pria metroseksual. Tujuan penelitian ini adalah mengartikan atau merepresentasikan nilai-nilai gaya hidup pria metroseksual. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif atau pemaparan yang memaparkan nilai gaya hidup metroseksual. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan study pustaka, Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat nilai-nilai gaya hidup pria metroseksual yaitu nilai estetika/keindahan yang direpresentasikan lewat cara metroseksual merawat dirinya, dengan rajin ke salon, konsumen produk kecantikan, dan pelanggan klinik kecantikan, lalu nilai kesehatan yang direpresentasikan dari rajinnya pria metroseksual berkunjung ke *gym* atau mengikuti kelas *erobic* untuk menjaga badannya agar tetap *sixpack* dan bagus. Nilai pengakuan/ penghargaan yang direpresentasikan lewat gemarnya pria metroseksual mengikuti perkembangan tren *fashion* dan *gadget* berdasarkan *merk* atau *branded*. Nilai Sosialisasi yang direpresentasikan lewat lebih sukanya seorang pria metroseksual melakukan motif afiliasi di *cafe*. Gaya hidup yang pria metroseksual lakukan dapat memberikan rasa percaya diri yang tinggi. Nilai-nilai gaya hidup pria metroseksual dapat di representasikan dengan inginnya pria-pria ini mendapatkan status sosial yang tinggi sehingga pria-pria ini rela melakukan apapun agar tercipta *image* yang melekat dengan orang itu sendiri sehingga orang lain akan mudah untuk mengidentifikasi siapa mereka dan ingin terlihat apa mereka.