

“GENTLEMEN” DALAM MAJALAH PRIA DEWASA

**(Analisis Semiotika Roland Barthes mengenai Penggambaran Sosok Lelaki
Gentlemen dalam Majalah Men’s Health, Esquire, dan Best Life)**



NASKAH PUBLIKASI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia**

Oleh:

BAGUS SYARIFFUDIN ALIANSYAH

15321138

SUMEKAR TANJUNG, S.Sos., M.A

NIDN: 0514078702

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2019

NASKAH PUBLIKASI
GENTLEMEN DALAM MAJALAH PRIA

(Analisis Semiotika Roland Barthes mengenai Penggambaran Sosok Lelaki Gentleman di dalam Iklan Majalah Men's Health, Esquire, dan Best Life)

Disusun oleh

BAGUS SYARIFFUDIN

No. Mahasiswa : 15321138

24 SEP 2019

Telah disahkan dosen pembimbing skripsi pada :

Dosen Pembimbing Skripsi,



Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A.

NIDN. 0514078702

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Puji Harvanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0529098201

“GENTLEMEN” DALAM MAJALAH PRIA DEWASA

(Analisis Semiotika Roland Barthes mengenai Penggambaran Sosok Lelaki
Gentlemen dalam Majalah *Men’s Health*, *Esquire*, dan *Best Life*)

Bagus Syariffudin Aliansyah

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FPSB UII, menyelesaikan studi pada tahun
2019

Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A

Staff Pengajar Program Ilmu Komunikasi FPSB UII

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana majalah *Best Life*, *Men’s Health*, dan *Esquire* dalam menggambarkan sosok lelaki gentlemen. Gentlemen adalah salah satu sikap dari seorang laki-laki dimana sikap ini menggambarkan bagaimana seorang laki-laki memperlihatkan sisi maskulinitasnya kepada orang lain. Penelitian ini menggunakan metode semiotika Roland Barthes dimana memiliki tiga bagian yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Dari data yang didapatkan menghasilkan temuan sosok gentlemen yang diperlihatkan majalah yakni pembawaan sikap, penggambaran dalam berpenampilan, dan penggambaran dalam merawat tubuh dan memproyeksikan menjadi seorang pemimpin, menjadi idaman wanita, berpenampilan modern, elegan, dan mampu merawat tubuh.

Kata kunci : Laki-laki, maskulinitas, majalah, gentlemen.

PENDAHULUAN

Media adalah segala bentuk saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan dari komunikator kepada khalayak. Media juga dapat dijelaskan sebagai landasan penyampai informasi, serta menjadi sarana yang dipergunakan sebagai memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Media memiliki beberapa macam bentuk yang sering di gunakan saat ini, mulai dari televisi, radio, dan media cetak. Media cetak adalah media komunikasi yang biasanya menggunakan perantara yang melalui proses pencetakan seperti buku, majalah, surat kabar dan lain lain.

Salah satu media yang masi digunakan oleh masyarakat saat ini dan diilai cukup berkkelas adalah majalah. Majalah merupakan media massa yang di cetak menggunakan tinta pada kertas, diterbitkan secara berkala misalnya mingguan

ataupun dwimingguan. Majalah berisi bermacam macam variasi rubric dari majalah pun diberikan seperti yang disebutkan diatas ada lifestyle, fashion dan sebagainya sehingga para penikmat memiliki informasi yang mereka inginkan. Majalah pula biasanya dijadikan sebagai panutan dalam kehidupan, misalkan dalam artikel dijelaskan bagaimana cara menjalani hidup sehat, ataupun bentuk fashion terbaru dari Negara luar. Gaya bahasa yang digunakan dalam majalah juga mengikuti sasaran pembaca majalah tersebut sehingga penyampaian informasi penulis dapat dinikmati oleh pembaca.

Majalah masuk dalam kategori budaya pop karena majalah populer baru beberapa dekade ini. Menurut Strinati (2010: 2-5) signifikansi sosial budaya populer di zaman modern dapat dipetakan berdasarkan bagaimana budaya populer itu diidentifikasi melalui gagasan budaya massa. Lahirnya media massa maupun semakin meningkatnya komersialisasi budaya dan hiburan telah menimbulkan berbagai permasalahan, kepentingan sekaligus perdebatan yang masih ada sampai sekarang.

Maskulinitas merupakan sebuah konsep yang berisi tentang peran sosial, makna serta perilaku tertentu dari seorang laki-laki. Connell (2000: 29) mengatakan bahwa maskulinitas diletakkan pada relasi gender, yaitu praktik yang melibatkan laki-laki dan perempuan serta berimplikasi pada pengalaman jasmaniah, sifat, dan budaya. Maskulinitas adalah kejantanan seorang laki laki yang dihubungkan dengan kualitas seksual. Maskulinitas adalah sosok penggambaran dari seorang laki laki dimana didalam penggambarannya dijelaskan bahwa laki laki harus memiliki mental spiritual yang baik, pengetahuan yang luas, keyakinan dan keimanan sebagai landasan kehidupan, keteguhan pendirian dan ketegasan didalam tindakan. Kualitas kualitas fisik dan mental tersebut lah yang berperan dan mendukung fungsi dan tanggung jawab seorang laki laki dimata sosial. (Prihaniati, jurnal, 2011).

Perempuan sudah menjadi objektifikasi sejak lama dalam majalah laki-laki, iklan dan pornografi, tapi saat ini beberapa majalah perempuan mengobjektifikasi laki laki dan digunakan melalui bahasa yang sama dan image yang sama dalam majalah laki laki, misalnya disitu banyak di selipkan teks

bertajuk laki-laki dan visual pengiklanan dengan model laki laki sehingga menjadi tampilan visual utama dalam iklan. Pengiklanan ini dapat di temui dalam majalah *Best Life*, *Esquire*, dan *Man's Health*.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pertama yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Tanjung (2012) yang berjudul “Pemaknaan Maskulinitas pada Majalah *Cosmopolitan Indonesia*” metode yang digunakan menggunakan metode kualitatif dan menggunakan paradigma kritis. Temuan dari penelitian ini adalah berfokus pada representasi maskulinitas laki laki di majalah *Cosmopolitan Indonesia* bagaimana posisi dari laki laki dan perempuan saat ini tidak lagi berbeda dan semua diperlakukan sama sebagai komoditas.

Penelitian yang kedua yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Wulan (2014) yang berjudul “Cowok be gentle” Maskulinitas Mahasiswa Laki laki Muslim di Surabaya” metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Temuan dari penelitian ini adalah konsep dari maskulinitas ideal yang mulai berkembang di antara mahasiswa Muslim yang bergabung dengan gerakan dakwah dan yang tidak menjadi aktifis dari gerakan dakwah tidak jauh berbeda. Keduanya memiliki pendapat bahwa kualitas maskulinitas ideal adalah maskulinitas yang berhubungan erat dengan kekayaan hati, bukannya berhubungan hanya dengan berpenampilan fisik yang macho dan terlihat jantan.

Penelitian yang ketiga yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Syulhajji (2017) yang berjudul “Representasi Maskulinitas dalam Film Talak 3 (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes)” metode yang digunakan menggunakan metode penelitian kualitatif interpretative dengan pendekatan analisa semiologi komunikasi. Temuan dari penelitian ini adalah representasi dalam film talak 3 dibagi menjadi dua bentuk. Pertama maskulinitas tradisional yang dicitrakan sebagai sosok lelaki sejati. Kedua maskulinitas baru (new masculinity), yakni sebagai sosok lelaki yang menjalani gaya hidup metropolitan

menjadi masyarakat modern dan metroseksual yang peduli akan seluruh gaya hidup yang tertata, tersusun, teratur dan cenderung lebih suka perfeksionis dalam segala urusan.

Penelitian yang keempat yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Khalisa (2014) yang berjudul “Pemaknaan Pria Terhadap Konstruksi Maskulinitas Dalam Media Sosial Instagram L-Men” metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Temuan dari penelitian ini adalah dengan membayangkan bahwa orang lain mampu menilai kita, agar kita dapat meyakinkan diri kita sendiri bahwa kita mampu menjadi sesuatu yang kita inginkan namun tidak kita miliki, dan tentu saja kaum laki laki menginginkan mengubah bentuk tubuh guna membangun domain pribadi.

Penelitian yang kelima yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Syaifullah (2016) yang berjudul “Analisis Semiotik Tentang Kekuasaan dan Maskulinitas Pada Tampilan Websire Gudang Garam Pria Punya Selera” Metode yang digunakan menggunakan penelitian kualitatif dengan metodologi Semiotika Roland Barthes. Temuan dari penelitian ini adalah dalam iklan rokok gudang garam pria punya selera ditemukan bahwa representasi maskulinitas terbagi dalam 2 bagian yaitu penampilan fisik dari laki laki maskulin dan atribut-atribut pendukung yang melambangkan maskulinitas, penggunaan maskulinitas dalam iklan sering digunakan guna memperlihatkan sisi macho, berani, pantang menyerah dan keras.

B. Landasan Teori

1. Majalah

Majalah sebagai media massa membuktikan bahwa media ini terbukti sebagai alat yang masih sering digunakan oleh banyak masyarakat dan masih dipercaya untuk menyebarkan informasi terkini, bahkan edukasi dan budaya juga bisa disebarkan melalui media ini. Majalah juga biasa memberikan sebuah lifestyle dari berbagai penjuru dunia dengan memenuhi gaya hidup untuk pembaca dari media cetak majalah ini (Shimp, 2003: 138).

Menurut Vivian (2008: 110-111) majalah yang berkembang saat ini dapat dibagi menjadi 3 jenis yaitu:

1. News Magazine

Adalah jenis majalah yang berisi ulasan lengkap dan lebih intens daripada pemberitaan yang tertulis di Koran. Berita yang biasanya dimuat kedalam News Magazine biasanya seputar dunia bisnis, ekonomi, politik, berita nasional dan internasional. GATRA sendiri juga termasuk dalam berita berjenis News Magazine karena didalam jenis majalah ini banyak menyajikan informasi berita berupa politik dan berita nasional. Biasanya majalah GATRA sering dinikmati oleh para pengamat politik dan pembisnis di Indonesia.

2. Women's Magazine

Adalah jenis majalah yang biasanya banyak menyajikan informasi mengenai dunia atau ruang lingkup dari kaum perempuan, biasanya seperti fashion, aksesoris, berkebun, menata rumah, keluarga, tips memasak dll. Desain dan layout yang digunakan sengaja disesuaikan dengan peminatnya yaitu kaum perempuan yang cenderung kalem dan berwarna warni untuk memberikan impression yang lebih dan mencuri perhatian dari pembacanya karena lucu dan unik.

3. Men's Magazine

Adalah majalah yang menyajikan lebih banyak informasi dan tips mengenai pria seperti lifestyle, olahraga extreme, perempuan seksi, klub malam, membentuk badan dengan tips tips gym, makanan sehat, dan pola makan. Bahkan majalah ini menyediakan tips kencan bagi kaum laki.

Ada lima jenis artikel yang dapat dijumpai yaitu Eksploratif yang berisi tentang fakta-fakta berdasarkan kajian dari penulisnya, Eksplanatif yang berisi tentang bagaimana penulis memberikan informasi/menerangkan suatu masalah/kejadian yang ada disekitar agar lebih mudah untuk dapat dipahami

pembaca. Deskriptif adalah sebuah penggambaran pada suatu permasalahan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat sehingga dapat mengetahui apa masalah sebenarnya dan diberikan tambahan opini dari penulis, Prediktif adalah artikel atau bisa dibilang pendapat dari penulis tentang perhitungan dan ramalan akan apa yang akan terjadi mendatang, dan yang terakhir yaitu Preskriptif adalah bagaimana penulis memberikan tuntunan kepada pembacanya untuk melakukan sesuatu sehingga tidak mengalami kekeliruan ataupun kesalahan (<https://id.wikipedia.org/wiki/Majalah>, diakses pada 30 Februari 2018).

Selain memuat artikel, majalah juga merupakan publikasi yang berisi cerita pendek, gambar, review, ilustrasi atau fitur lainnya yang dapat diartikan bahwa dari sini, majalah dapat diartikan bahwa media ini mampu memberikan pesan untuk pembacanya tidak hanya dari sebuah pesan tersurat, namun juga dapat memberikan pesan tersirat dengan gambar-gambar yang diberikan dalam majalah sehingga tanpa penjelasan pun pembaca/penikmat majalah sudah mengerti apa yang dimaksudkan dalam penyampaian pesan berupa gambar tersebut sehingga tidak menimbulkan efek kebosanan dari pembaca dan menambah efek menarik.

2. Maskulinitas

Maskulinitas merupakan konsep tentang peran sosial dimana seorang laki-laki yang melakukan pekerjaan yang dilakukan oleh layaknya seorang laki-laki dimana mencari nafkah, menyetir, membangun rumah, dan mengerjakan sesuatu yang hanya bisa dikerjakan oleh laki-laki saja. Menurut Kimmel dan Aronson, (2002: 503), maskulinitas juga dapat ditandai dengan perilaku atau dikaitkan dengan kegiatan laki-laki di waktu-waktu tertentu seperti menjadi imam, memiliki sikap bijaksana dalam pengambilan suatu pemikiran, menjadi pemimpin rumah tangga, dll.

Menurut Demartoto(2010:10), Maskulinitas adalah bentuk dari suatu konsep dimana berisi tentang bagaimana penggambaran sosok seorang laki-laki yang muncul karena adanya pengkonstruksian sosial yang berkembang dikalangan

masyarakat. Beberapa konstruksi yang terbentuk yang membentuk sifat dari seorang laki-laki identik dengan kekerasan, aktif, sehat, logis, kuat serta ambisius.

Dalam hubungan individu laki laki diakui maskulinitas jika terlayani oleh perempuan sementara feminitas dapat diakui jika dapat melayani laki laki. Perbedaan yang dimunculkan antara perempuan dan laki laki biasanya lebih terlihat dalam bagian pekerjaannya dimana seorang laki laki dapat bekerja lebih daripada perempuan misalkan menjadi tentara yang membutuhkan lebih banyak keberanian, lalu ada sopir, petinju dsb yang mengeluarkan tenaga lebih, sementara perempuan lebih sedikit mengeluarkan tenaga namun memiliki tingkat ketelitian yang tajam seperti salon kecantikan, juru masak, menjahit, dan sebagainya

Namun semakin bertambah majunya era globalisasi dan banyaknya pembuktian yang menganggap bahwa adanya emansipasi wanita dan gaya hidup bebas untuk diri sendiri, terjadi beberapa perubahan yang terjadi dalam kehidupan laki laki yang menyebabkan pergeseran maskulinitas. Menurut Beynon (2002: 16) dalam *Masculinities and Cultures* menjelaskan Didalam konsep maskulinitas di abad 19 dimana unsur fisik (*Imperial Masculinities*) menjadi sebuah patokan utama yang harus dimiliki seorang lelaki. Namun pedoman ini mulai berubah dikarenakan banyaknya laki-laki yang mulai mengayomi dirinya sendiri di tahun 1980an yang disebut dengan *new man*. Akibat pergeseran konstruksi maskulinitas ini memunculkan teori *laddish masculinity* di tahun 1990. Karena pergeseran ini maskulinitas memiliki berbagai jenis yang berbeda, beberapanya adalah *Metroksual*, jenis dari maskulinitas ini sendiri menurut Kartajaya (2004: 16) adalah jenis yang dimana seorang laki laki yang sangat mencintai dirinya sendiri, bukan hanya hidupnya namun juga kehidupan kota besar yang dijalaninya.

METODOLOGI

Paradigma konstruksionisme merupakan konstruksi yang berbeda-beda dalam suatu realitas pada setiap orang sehingga realitas menjadi plural, pembentukan realitas yang dibentuk dan dikonstruksi tidak menggunakan pembentukan secara alamiah. Realitas sosial akan ditafsirkan dengan sendirinya

oleh setiap orang dengan konstruksinya masing-masing dengan pengalaman, pendidikan, pergaulan, lingkungan atau sosial tertentu (Eriyanto, 2001: 37)

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pendekatan ini menguraikan hal dan menghasilkan data prosedur penelitian berupa kata-kata yang tertulis ataupun lisan (Bogdan, 1975: 5). Adapun peneliti menggunakan pendekatan kualitatif ini karena dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa data deskriptif yang diperoleh dari data data berupa tulisan atau teks dan gambar yang berasal dari majalah dengan sumber yang dapat di percaya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotika menurut Roland Barthes. Roland Barthes menyatakan bahwa semiotika merupakan bagian dari linguistik tanda-tanda dalam bidang bahasa yang mengungkapkan gagasan atau makna, yang merupakan unsur terbentuknya 'penanda-petanda'. Menurutnya semiotika memiliki beberapa konsep inti, yaitu signifikansi, denotasi, konotasi, dan mitos (Barthes, 2007: 287).

Semiotika ialah metode analisis dimana analisis ini biasanya digunakan dalam mengkaji suatu tanda yang ada disekitar kita. Menurut Barthes sendiri, semiotika bertujuan untuk mempelajari kemanusiaan dalam memaknai suatu hal. Memaknai dalam hal ini adalah mengetahui bahwa objek objek bukan hanya sekedar membawa informasi dalam berkomunikasi, namun juga mengkonstitusi sistem yang sudah terstruktur. (Barthes, 1988:179; Kurniawan , 2001:53).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil yang ditemukan didalam objek majalah, peneliti menemukan bahwa penggambaran sosok lelaki gentlemen dalam majalah Best Life, Men's Helath, dan Esquire terbagi menjadi tiga cluster yaitu:

A. Gentlemen dalam Pembawaan Sikap

Seorang gentlemen dalam pembawaan sikap juga patut diperhatikan karena menurut Kimmel dan Aronson (2002: 503) mereka mengatakan bahwa sifat maskulinitas juga dapat ditandai dengan perilaku

yang dikaitkan dengan kegiatan laki laki seperti menjadi imam, memiliki sikap bijaksana dalam mengambil keputusan, dan menjadi seorang pemimpin. Teori ini pun juga didukung oleh oleh studi yang dikerjakan oleh Nilan, Donaldson, dan Howson (2007) yang menyebutkan bahwa maskunitas mengdepankan sifat yang bertanggung jawab, menjadi panutan dalam keluarga, dan mendjadi pemimpin yang bijaksana.

berikut adalah beberapa temuan yang didapat:

1. Menjadi seorang pemimpin

Beynon (2002: 3) mendefinisikan maskulin merupakan laki laki yang terlihat sangat “kebakakan”, dimana peran ini mampu menjadikannya sebagai penguasa dalam keluarga, dan sosok yang mampu memimpin perempuan serta membuat keputusan yang utama. Alasan kuat seorang laki laki diharuskan menjadi seorang pemimpin ketimbang perempuan karena laki laki memiliki pemikiran yang lebih matang dan stabil ketimbang perempuan yang terkesan lebih suka plin plan. Tugas menjadi pemimpin bagi seorang laki laki pun sudah dikonstruksikan sejak kita masih kecil dan sudah ada sejak dahulu sehingga menjadi seorang pemimpin bagi kaum laki laki bukanlah hal yang harus diperdebatkan lagi.

2. Memiliki Pendirian Yang Kuat

Seorang yang mampu melawan dogma sosial tidak dengan kekerasan atau penghasutan massa untuk perusakan segala sistem yang tidak sejalan, namun melawan kebiasaan masyarakat dimana ia memiliki keinginan berbeda dari orang lain pada umumnya. Barker (2004: 25-27) menyebutkan bahwa maskulinitas menganggap tinggi nilai nilai antara kekuatan, kekuasaan, ketabahan, aksi, kendali, kemandirian, kepuasan diri, kesetiakawanan laki laki, dan kerja.

Memiliki kendali dalam menjalani kehidupannya adalah bentuk dari menjaga kualitas dan kepuasan hidup sehingga melakukan sesuatu yang dirasanya adalah benar bukanlah menjadi suatu masalah. Hanya saja perlunya kendali dalam melakukan kegiatan yang diinginkan juga

diperlukan agar tidak merusak aturan dan dogma sosial yang berlaku serta tidak merugikan pihak lain dengan dilakukannya kegiatan yang kita lakukan.

3. Menjadi Idaman Wanita

Connell (2000: 29) menyebutkan bahwa maskulinitas diletakkan pada relasi gender, yaitu praktik yang melibatkan laki laki dan perempuan serta berimplikasi pada pengalaman jasmaniah, sifat, dan budaya. Memiliki daya tarik tersendiri bagi kaum laki laki memang menjadi hal yang dibuthkan untuk menarik perhatian perempuan dimana kaum perempuan ini memiliki sebuah standar tersendiri ataupun sebuah impian akan lelaki idamannya. Sastriani (2007: 77) memang menyebutkan bahwa maskulinitas adalah kejantanan dari seorang lelaki dapat dihubungkan dengan kualitas seksual. Namun bukan melulu bahwa standar ketertarikan hanya dari kualitas seksual.

Nilan, Donaldson, dan Howson (2007) yang menyebutkan bahwa maskulinitas mengdepankan sifat yang bertanggung jawab, menjadi panutan dalam keluarga, dan menjadi pemimpin yang bijaksana, sifat ini yang kebanyakan wanita idamkan terhadap lelaki. Fantasi akan kehidupannya kelak membentuk keinginannya dalam memilih pasangannya yang mampu menjadi seorang pemimpin dalam memimpin keluarganya kelak di kemudian hari. Sehingga sifat bijaksana, sabar, berakhlak, setia, dan berpikir dewasa menjadi faktor utama perempuan dalam memilih pasangan dan sikap inilah yang harus dimiliki kaum laki laki. Bukan hanya sebagai ajang pematik perempuan namun menjadi sebuah pedoman hidup.

B. Gentlemen dalam Berpenampilan

Gentlemen dalam pemilihan fashionstyle adalah pandangan dimana memilih sebuah kostum bahkan mengikuti perkembangan fashionstyle sudah menjadi sebuah keharusan yang dilakukan saat ini. Pembentukan persepsi masyarakat saat ini dapat dibangun hanya dengan penampilan dari orang tersebut. Dalam teori sebelumnya yang dikatakan bahwa

seorang lelaki gentlemen lebih mengedepankan sikap, terdapat teori baru dimana menurut Beynon (2002: 16) dalam *Massculinities and Cultures* yang menyebutkan bahwa adanya pergeseran di tahun 1980an dimana laki laki mulai memperhatikan penampilan diri sendiri. Didukung oleh Kartajaya (2004: 16) dimana beberapa bentuk pergeseran maskulinitas ini mengacu bentuk metroseksual, dimana ia mencintai dirinya sendiri dan mampu mengembangkan nilai dirinya.

Dari ketiga golongan temuan dalam berpenampilan dibawah, peneliti meyakini bahwa tujuan dari berpenampilan adalah bagaimana membentuk persepsi masyarakat terhadap kita. Seringkali orang lain bahkan mungkin kita sendiri terlebih dahulu melihat penampilan fisiknya dan pakaian merupakan penampilan fisik yang akan kita lihat terlebih dahulu ketika kita berinteraksi. Dari hanya pakaian yang dikenakan saja dapat membebrikan informasi singkat bagaimana sifat penggunanya. Maka dari itu, fashion menjadi symbol-simbol nonverbal yang ingin disampaikan oleh penggunanya, *fashion an clothing are form of non-verbal communication in that they do not use spoken or written words* (Barnard, 1996:26)

1. Mampu Memilih Kostum Yang Sesuai

Pemilihan fashion dalam realitas sosial yang terjadi pada saat ini bukan saja hanya dipergunakan karena nilai gunanya. Pemilihan dalam menggunakan fashion diperlukan karena saat ini, fashion dipandang memiliki unsur nilai tanda yang terkandung didalamnya. Sehingga fashion menjadi sebuah cara dari penggunanya untuk mengkomunikasikan atau menyampaikan sebuah pesan nonverbal kepada khalayak yang melihatnya. Sehingga fashion dapat dianggap mampu menunjukkan identitas dan ciri individu maupun kepribadiannya.

2. Menjaga Penampilan di Tempat Kerja

Fashion bisa dibilang menjadi obyek yang sarat dengan citra dan gaya hidup. Saat ini, penggunaan kostum bukan hanya sebagai selembar kain yang menutupi badan saja, namun menjadi sebuah kosakata non verbal yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Memberikan citra kepada masyarakat menjadi tujuan utama dari menjaga penampilan diri dimanapun kita berada, bahkan saat bekerja sekalipun. Tujuan utamanya adalah membangun persepsi dan kepercayaan masyarakat kepada pengguna kostum ini karena seperti yang disampaikan sebelumnya oleh Barnard (1996: 26) bahwa komunikasi pertama antara individu adalah dengan penampilan fisik yaitu kostum yang dikenakan yang dipercaya mampu menampilkan bagaimana sifat dari penggunanya.

3. Mampu Berpenampilan Elegan

Elegan adalah sebuah penampilan dimana seorang individu memilih barang dan pakaian yang dikenakan memiliki sebuah nilai yang tinggi. Sifat ini memang tidak dimiliki semua laki laki pada umumnya, namun memiliki sifat ini bisa juga dikaitkan dengan tingkat kepuasan diri yang memunculkan sifat percaya diri kepada penggunanya. Beynon (2002: 16) juga mengungkapkan bahwa terdapat sifat sifat maskulinitas yang dapat dikelompokkan dan salah satu diantaranya adalah *New Man as Narcissist* dimana laki laki menunjukkan gaya hidupnya yang flamboyan dan parlente sehingga semakin suka memanjakan dirinya dengan produk produk komersial seperti property, mobil, dan pakaian yang membuatnya tampak sukses. Lelaki metroseksual ini memperhatikan betul bagaimana gaya hidup yang teratur dengan mengutamakan fashion dengan detail dan cenderung perfeksionis.

C. Gentleman dalam Merawat Tubuh

Selain menjaga sikap dan penampilan kostum, menjaga dan merawat penampilan tubuh juga menjadi salah satu hal wajib bagi seorang pria. Pasalnya pengkonstruksian bahwa laki laki adalah orang yang kuat membuat banyak pekerjaan yang harus bbisa dikerjakan laki laki memiliki tingkat kesusahan yang lebih tinggi disbanding dengan pekerjaan yang dikerjakan wanita. Sebab dari itu, perlunya merawat dan menjaga kesehatan tubuh adalah hal wajib yang harus diperhatikan. Menurut Demartoto (2010:10) sendiri dijelaskan bahwa laki laki memiliki sifat yang kuat, agresif, sehat, logis, dan ambisius. Teori ini juga didukung oleh penelitian dari Paramadhita (2007) yang menyebutkan bahwa pada saat orde baru, seorang laki laki mempresentasikan maskulinitas dengan menggambarkan tokoh ala militer yang memiliki badan yang terawatt dan tegap. Selain hanya untuk penampilan, merawat dan menjaga bentuk badan dapat menjaga kesehatan dan menjalankan aktivitas sehari hari lebih mudah.

Merawat tubuh menjadi hal yang krusial bagi lelaki. Connell (2000: 29) menyebutkan bahwa mendefinisikan maskulinitas sebagai bentuk praktik gender yang merupakan kosnstruk sosial, maskullinatas juga bisa mengacu pada tubuh laki laki secara langsung maupun simbolis. Memiliki tubuh atletis bukanlah menjadi pokok utama dalam membentuk sisi gentlemen dari seorang laki laki karena mengedepankan sikap dan sifat sudah menunjukkan sisi gentlemen. Namun, memiliki tubuh ideal juga menjadi salah satu penunjang dalam kehidupan sehari hari dimana seorang laki laki memiliki aktifitas yang bisa dibilang cukup berat.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian analisis ketiga majalah tersebut maka pertanyaan penelitian sudah terjawab yaitu bagaimana majalah memberikan penggambaran sosok lelaki gentlemen dengan menampilkan aspek dari memperhatikan tubuh serta berpenampilan dengan memeberikan contoh dalam bentuk visual serta narasi dalam artikel yang berisi tentang saran dan nasihat dalam berpenampilan menjadi

seorang lelaki yang memiliki karakteristik gentlemen. Peneliti menemukan enam temuan dan menghasilkan tiga cluster dalam pembagian sosok gentlemen yang diperlihatkan dalam majalah yakni melalui penggambaran pembawaan sikap, penggambaran dalam berpenampilan, dan penggambaran dalam merawat tubuh. Dari ketiga cluster tersebut terdapat sub-sub temuan bagaimana majalah memberikan penggambaran menjadi seorang lelaki gentlemen yaitu menjadi seorang pemimpin, menjadi idaman wanita, berpenampilan modern, elegan, dan mampu merawat tubuh. Dengan ini, majalah memberikan pandangan bagi kaum lelaki untuk memulai ataupun melakukan kegiatan yang mencerminkan sosok lelaki gentlemen dengan mengikuti bentuk objek yang menampilkan visual maupun teks yang sesuai dengan sifat gentlemen yang sudah tercetak di dalam majalah.

Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam mengerjakan penelitian ini yakni minimnya peredaran majalah secara fisik karena faktor berkembangnya era globalisasi dimana semua media dapat dialihkan kedalam bentuk media elektronik dan kurangnya minat membaca media cetak dan lebih memilih media dalam bentuk gambar gerak dan bersuara. Peneliti merasa bahwa kurang banyaknya penelitian yang meneliti penggambaran maskulinitas dalam bentuk majalah karena lebih banyak penelitian yang meneliti dalam bentuk media elektronik.

Saran

Untuk peneelitan selanjutnya dapat dikembangkan dengan memperkaya objek dengan menambahkan majalah yang masih aktif dan lebih trend serta memilih temuan objek dengan contoh penggunaan langsung serta model dari masyarakat pribumi sehingga menumbuhkan fantasi, khayali, dan sugesti yang lebih kuat bagi pembaca majalah tersebut.