

Abstrak

Fenomena *beauty influencer* laki-laki di platform media sosial menarik atensi audiens pada ranah digital maupun khlayak umum. Akun Instagram @danangwisnu milik *beauty influencer* Danang Wisnu mendulang atensi publik melalui unggahan-unggahan konten yang bermuatan metroseksual-aspek menonjol adalah aspek kecantikan dengan konsumsi produk kosmetik untuk perawatan diri (grooming). Di Indonesia, pria metroseksual belum mendapatkan ‘penerimaan’ karena kehidupan sosial laki-laki di masyarakat masih menganut konsep maskulinitas tradisional. Penelitian ini berupaya untuk mendekonstruksi wacana pesan metroseksual yang dilakukan oleh Danang Wisnu-bagaimana wacana pesan metroseksual ditampilkan dalam akun Instagramnya rentang Mei-September 2021. Temuan-temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konsep metroseksual diciptakan untuk mengakomodasi kepentingan kapitalis yang sebelumnya tidak diakomodir oleh konsep maskulinitas tradisional. Dalam penyebaran wacana pesan metroseksual ini kapitalis menggunakan peran *beauty influencer* untuk menyebarkan wacana tersebut, dimana si *beauty influencer* memanfaatkan fitur Instagram untuk mengunggah konten bertema metroseksual. Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa kemunculan wacana pesan metroseksual di Instagram tidak muncul secara tiba-tiba tanpa faktor kapital bermain didalamnya dan influencer tidak se independen sesuai dugaan semula.

Kata kunci: wacana, metroseksual, Instagram, influencer, media sosial

Abstract

The phenomenon of male beauty influencers on social media platforms attracts the attention of audiences in the digital realm and the general public. The Instagram account @danangwisnu belonging to beauty influencer Danang Wisnu gains public attention through uploads of content containing metrosexual content - the prominent aspect is the beauty aspect with the consumption of cosmetic products for personal care (grooming). In Indonesia, metrosexual men have not yet received 'acceptance' because men's social life in society still adheres to the traditional concept of masculinity. This study attempts to deconstruct the metrosexual message discourse conducted by Danang Wisnu-how the metrosexual message discourse is displayed on his Instagram account from May to September 2021. The findings in this study indicate that the metrosexual concept was created to accommodate capitalist interests that were previously not accommodated by the concept of masculinity. traditional. In spreading the discourse on metrosexual messages, capitalists use the role of beauty influencers to spread the discourse, whereas the beauty influencers use the Instagram feature to upload metrosexual-themed content. In general, this study shows that the emergence of metrosexual message discourse on Instagram does not appear suddenly without the work of capitalist and influencers are not as independent as originally thought.

Keywords: discourse, metrosexual, Instagram, influencer, social media