ABSTRAK
INTERAKSI SIMBOLIK PRIA METROSEKSUAL DI KOTA BANDUNG (Suatu Fenomenologi Interaksi Simbolik PriaMetroseksual Pada Sosok *Sales Promotion Boy* Di Kota Bandung)

Oleh:
Dicky Hudiandy
NIM: 41806036

Skripsi ini dibawah bimbingan,
Desayu Eka SuryaS.SOS, M.si

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui interaksi simbolik pria metroseksual dikota Bandung (Suatu fenomenologi interaksi simbolik pria metroseksual pada sosok *sales promotion boy* di kota Bandung). Untuk menjawab tujuan di atas maka peneliti mengangkat sub fokus konsep diri, kepribadian, dan proses komunikasi untuk mengukur fokus penelitian.

Tipe penelitian adalah kualitatif, metode penelitian adalah deskriptif (*descriptive reaserch*). Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi langsung kelapangan, Studi Literatur, internet searching dan dokumentasi. Informan penelitian adalah enam orang pria metroseksual pada sosok sales promotion boys di Kota Bandung dari Sales Promotion Boys yang berbeda produk. Teknik yang digunakan adalah purposive sample (teknik sampel bertujuan) dimana sample diambil dengan melalui pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Sebelum melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu menyusun pertanyaan wawancara sesuai dengan apa yang akan diteliiti. Jawaban yang diperoleh dari hasil wawancara kemudian di analisis dan dibahas pada pembahasan.

Hasil penelitian menunjukan konsep diri Pria Metroseksual pada sosok sales promotion boys dikota Bandung memiliki konsep dirinya sendiri. Pria Metroseksual pada sosok sales promotion boys melakukan proses komunikasinya yang sangat memperhatikan etika dalam berkomunikasi, pria metroseksual pada soosok sales promotion boys memperhatikan dengan tepat dalam penggunaan komunikasi verbal dan non verbalnya. Kepribadian yang dimiliki oleh pria metroseksual pada sosok sales promotion boys dikota Bandung menunjukan kepribadian yang sangat di atur. terlihat dalam penampilan, sikap terhadap orang lain dan rasa bersahabat yang selalu ditunjukan kepada setiap orang.

Kesimpulan Penelitian ini memperhatikan bahwa interaksi simbolik Pria Metroseksual pada sosok sales promotion boys ingin menunjukan kepada lingkungan sekitarnya, bahwa Pria Metroseksual adalah pribadi yang menarik dan ingin mendapatkan penghargaan melalui simbol-simbol yang mereka miliki.

Saran pada penelitian ini untuk masyarakat adalah dapat melihat bahwa potensi Pria Metroseksual pada sosok sales promotion boys sudah memasuki Kota Bandung. Hendaknya masyarakat memandang pria Metorseksual adalah bagian dari lingkungan dan menghargai lingkungannya.

ABSTRACT

SYMBOLIC INTERACTION METROSEXUAL MAN IN THE CITY OF BANDUNG (a Phenomenology Of Symbolic Interaction Metrosexual Male Figure Of Sales Promotion Boys In The City Of Bandung)

***BY*:**
Dicky Hudiandy
NIM: 41806036

This report is under guidance of,
Desayu Eka SuryaS.SOS, M.si

This study aims to understand the interaction of symbolic metrosexual men in the city of Bandung (A phenomenology of symbolic interaction metrosexual male figure of sales promotion at the boy in the city of Bandung). To answer the above purpose, the researcher picked up sub focus of self-concept, personality, and communication processes to measure the focus of research.

This type of research is a qualitative research method was descriptive (descriptive research). Collection of data was performed with in-depth interviews and direct observation of spaciousness, Literature, Internet searching and documentation. The informants were six people on the figure of a man metrosexual boys in the sales promotion Sales Promotion Bandung Boys from different products. The technique used was purposive sample (sample techniques intended) where the samples were taken by means of specific considerations in accordance with the purposes of research. Before conducting interviews, researchers first set of interview questions in accordance with what would diteliiti. Answers obtained from the interview later in the analysis and discussed in the discussion.

The results show the concept of self-Metrosexual Male figure of sales promotion at the boys in the city of Bandung has a concept of himself. Metrosexual men on the figure of sales promotion in the process of communication that boys are really concerned ethics in communication, metrosexual men in the sales promotion boys noticed it right in the use of verbal and non verbal communication. Personality is owned by the metrosexual male figure of sales promotion at the Bandung city boys showed a personality that is in control. seen in the appearance, attitude towards others and a sense of friends who are always shown to everybody.

Conclusion This study noted that the symbolic interaction Metrosexual Men on sales figures promotion boys wanted to show to the environment, buy back Men Metrosexual is an interesting person and want to get the award through their symbols

Suggestions on this research to the public is able to see that the potential Metrosexual Men in sales promotion figures boys already in the city of Bandung. Community should look at the man Metorsexsual is part of the environment and respecting the environment.