BAB III

OBJEK PENELITIAN

1.1 **Tinjauan Tentang Metroseksual**

3.1.1 Asal Mula Metroseksual

Pada tahun 1990-an muncul suatu istilah yang disebut dengan metroseksual, istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh seorang kolumnis *fashion* Inggris pada tahun 1994, Mark Simpson. Beliau mendefinisikan metroseksual secara sederhana yaitu: "*a dandyish narcissist in love not only himself, but his urban lifestyle*" atau lelaki yang tidak hanya mencintai dirinya sendiri melainkan juga mencintai gaya hidup kota besar yang di jalaninya.

Metroseksual berasal dari etimologi Yunani, metropolis , artinya ibu kota, plus seksual. Definisinya; sosok pria muda berpenampilan dandy, senang memanjakan dirinya, sangat peduli dengan penampilannya, senang menjadi pusat perhatian (bahkan menikmatinya), sangat tertarik dengan fashion dan berani menampilkan sisi femininnya. Mereka ini bahkan ditengarai sebagai sosok narsistik, yang jatuh cinta tidak hanya terhadap diri sendiri ,tetapi juga gaya hidup urban. Yang menarik dari kategori pria "flamboyan" ini, kendati berpenampilan "manis", tidaklah harus diasosiasikan mereka ini gay atau homoseksual. Singkatnya pengertian metroseksual adalah pria muda antara 20 - 35 tahun yang punya uang (untuk dihambur-hamburkan).

Mengutip dari Charmim, et al dalam Handoko (2004) menjelaskan bahwa dulu di era 70-an para lelaki dilingkupi suasana serba maskulin oleh Charles Bronson sebagai Idol nya. Pada dasawarsa 80-an kumis lebat mulai dicukur, meskipun idola masih

bertahan pada sosok yang macho. Satu dasawarsa berikutnyya minat pria mulai bergeser pada perawatan wajah dan parfum dan terakhir mulai melirik perawatan kuku kaki dan tangan (menicure-pedicure) ditambah spa dan pijat refleksi. Ciri lain pria metroseksual adalah mereka sosok yang berani bereksperimen dengan fashion. Simson mengambil analogi dari mitologi Yunani tentang pemuda yang terpesona menatap pantulan wajahnya sendiri dipermukaan air kolam.

Munculnya pria metroseksual ini salah satu penyebabnya adalah karena makin banyak wanita yang bekerja. Kehadiran wanita di tempat kerja yang sebelumnya lebih banyak di dominasi oleh kaum pria tentu menuntut rekan kaum pria nya untuk menjaga penampilan nya misalnya dengan berbusana rapi, bertubuh bugar dan berbau harum" (Kertajaya: Suara merdeka online, Juli 2004)

Ada beberapa pendapat tentang metroseksual tersebut:

1. Menurut rubrik Fashion & style di New York Times:

   Metroseksual di definisikan sebagai lelaki yang menggemari busana bagus dan benda bagus lain pada umumnya, serta begitu berpretensi sebagai "macho" mereka tidak harus diasosiasikan sebagai homoseksual melainkan lelaki yang tampil pada pose seksi pada majalah-majalah popular pria.

2. Menurut situs Word Spy.com:

   Metroseksual didefinisikan sebagai laki-laki perkotaan yang memiliki daya estetika tinggi, memiliki waktu dan uang untuk penampilan dan gaya hidupnya.

3. Menurut situs Askmen.com:

Metroseksual adalah pria modern yang pada umumnya masih lajang (walaupun tidak harus) dan merasa nyaman akan dirinya dan sisi femininnya.

4. Menurut Roni Dachlan:

   Pria metroseksual adalah laki-laki yang tidak segan-segan menunjukan sisi femininnya. Sisi feminin disini bukan dalam hal tindak tanduk, tapi lebih ke bagaimana mereka merawat diri[1]

Dapat terlihat benang merah bahwa metroseksual disini merupakan *straight-heterosexual* dan ia memiliki tingkat kecintaan yang tinggi terhadap dirinya yang direpresentasikan melalui perawatan khusus untuk meraih tingkat kepuasan diri dalam aktualisasi lingkungannya. Sehingga ia akan banyak meluangkan waktu diantara kesibukannya untuk merawat diri secara khusus sehingga memiliki penampilan prima yang secara tidak langsung meminta pengakuan publik bahwa atas eksistensinya.

1.2 Metroseksual Di Dunia

Perkembangan trend gaya metroseksual di awali oleh seorang aktor peran James Bond di era 1990-an dan 2000-an yang di perankan oleh Pierce Brosnan dengan penampilan pria berbusana dan aksesoris yang *stylish* dan *branded* tetapi tetap menampilkan sisi maskulin nya. Sosok James Bond ini lah yang kemudian disebut sebagai proto metroseksual. [2]

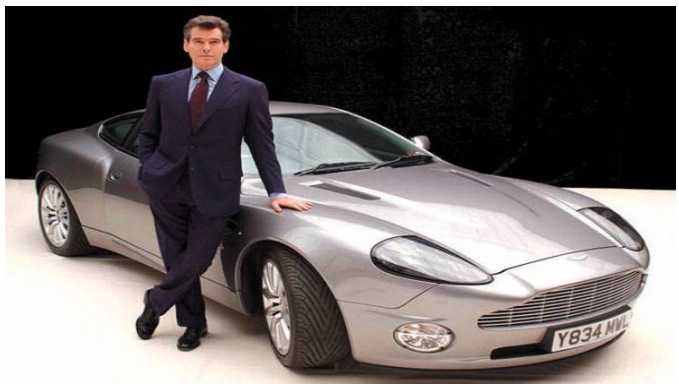
James Bond adalah sosok eksekutif muda yang kaya raya, cerdas dan selalu dikeliilingi banyak wanita. James Bond selalu tampil dengan gaya 'Branded' nya, hal ini

[1] Sari Lenggogeni, "The Beauty of Metrosexual" , Padang 2009 Hal 20-21
[2] Swa Net. Com Indonesia Business Online, Hal 1-4

dapat dilihat dari perlengkapan yang biasa digunakan oleh James Bond dalam memerankan setiap peran di filmnya.

Gambar 3.1

James Bond



(Sumber: www.google.com)

fenomena pria bergaya dan berperilaku ala wanita telah ada berabad-abad yang lampau. Raja-raja mesir dikenal sebagai pesolek.[3] Fenomena ini terus berkembang dan tahun 1994 Simpson kemudian menggambarkan dalam kelompok anak muda yang ditunjang oleh kemampuan finansial, hidup dikota besar dan sekitaranya serta sangat memuja dirinya sendiri.

[3] Majalah Swa 06/XX/18-31 Maret 2004, Hal 34

Gambar 3.2

Raja Mesir Salladin



(sumber: www.google.com)

Walau sama-sama pesolek dan pemuja diri sendiri, metroseksual ini tidak dapat disamakan dengan dendi. Simpson menyebutkan dendi adalah gaya kaum bangsawan abad ke 18. Kaum dendi juga berpenampilan rapi, gemar berdandan namun gaya busananya cenderung konserfatif dan mengikuti pakem sementara kaum metroseksual justru dicirikan dengan keberaniannya mendobrak aturan dan bereksperimen dengan fashion.[4]

Ikon kelompok ini adalah David Bechkam, pemain bola asal Inggris yang selalu tampil klimis, wangi bahkan cenderung 'cantik' meski tak bisa dikatakan kewanita-wanitaan. Kuku-kuku David Bechkam di cat merah jambu, rambutnya selalu berganti model dan warna setiap muncul. Bahkan waktu yang diperlukan suami Victoria 'Posh' Adam, mantan penyanyi Spice Girls ini untuk berdandan

[4] Swa Net edisi 29/8/2005 Hal 2

lebih lama dibanding paling tidak 30 menit ketimbang sang istri, Bechkam juga tidak ragu menggunakan busana istrinya dan hobi mengenakan sarung yang merupakan sesuatu hal yang tidak lazim dibarat[5]

gambar 3.3

Ikon Metroseksual Dunia David Bechkam



(sumber:www.davidbechkamblogspot.com)

Mengutip Handoko (2004) yang menyatakaan bahwa tumbuhnya kecenderungan metroseksual dikehidupan masyarakat dilihat dari wacana budaya populer merupakan suatu cerminan dari perubahan sosial yang diakibatkan oleh globalisasi ekonomi dan informasi yang melenyapkan batas-batas teritorial misalnya negara, bangsa, kesukuan, kepercayaan, politik dan budaya. Luruhnya batasan-batasan ini juga berimbas secara signifikan pula pada pola berfikir dan stereotip yang dibentuk oleh pola pemikiran modern tentang maskulinitas.

Seperti halnya pria telah melampaui batas-batas gender dengan melakkukan suatu ritual, dalaam hal ini perawatan tubuh, yang selama ini menjadi stereotip kaum hawa dalam konstruksi sosial pada umumnya. Pria menurut pandangan umum yang berlaku adalah sosok jantan, kekar, untuk menggambarkan dominasinya akan kekuasaan dan kelebihannya

[5] Swa Net edisi 29/8/2005, Hal 2

dibandingkan perempuan. Sosok yang semula dipandang yang kuat untuk melindungi telah bergeser menjadi lebih sensitif akan penampilan.[6]

Di Amerika Serikat dan Inggris saat ini pasar metroseksual mencapai 20 persen dari total populasi pria.[7] Kaum metroseksual yang didominasi adalah kalangan pria eksekutif yang sudah cukup mapan. Mereka memiliki sikap konsumtif yang tinggi dan memiliki *fashion awarness*.[8]

1.3 Metroseksual Di Indonesia

Di indonesia sendiri, khususnya kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Tren metroseksual juga memiliki potensi yang cukup besar bahkan belakangan menjadi sangat potensial. Seperti yang diungkapkan oleh Hermawan Kartajaya pada Suara Merdeka Online (Juli, 2004), gejala metroseksual ini sebenarnya sudah mulai dua-tiga tahun lalu, ketika mulai bermunculan gerai atau toko kebutuhan pria di mal-mal. Dulu, kebanyakan tempat fashion pria itu berdiri sendiri seperti butik-butik pakaian, bukan di mal, karena pria tidak suka ke mal. Munculnya gerai-gerai pria dan produk-produk kosmetik untuk pria di mal-mal yang terbuka merupakan penanda terjadinya pergeseran sikap dan pandangan para pria terhadap kebutuhan. Munculnya pria metroseksual ini salah satu penyebabnya adalah karena makin banyak wanita yang bekerja. Kehadiran wanita karier di tempat kerja yang sebelumnya lebih banyak didominasi kaum pria tentu menuntut rekan prianya untuk juga menjaga penampilan, misalnya dengan berbusana rapi, bertubuh bugar dan berbau harum.

---

[6] Tri Handoko,Metroseksual Dalam Iklan Sebagai Wacana Gaya Hidup Posmodern, NIRMANA Vol. 6 No.2, Juli 2004: 132-142

[7] "Pria-pria metroseksual", SWA/06/XX18-31 Maret 2004

[8] [10] Ibid

Potensi kaum metroseksual di Indonesia dahulunya banyak dimiliki terutama oleh selebritis, profesional muda, pengusaha dan para pria kelas atas lainnya. Mereka secara rutin mendatangi salon untuk melakukan perawatan diri. Sebut saja artis Indonesia Romi Kartiko salah satu Jebolan ajang musik yang diselenggarakan oleh stasiun televisi swasta ini sering mendatangi salon &spa melakukan perawatan mulai dari ujung kepala sampai ujung kaki.

Romi Kartiko adalah salah satu contoh dari sekian banyak selebriti di Indonesia yang memiliki khas sebagai pria metroseksual. Paras yang tampan, wajah yang bersih, kulit putih dan memiliki kelebihan dibidang tarik suara. Romi AFI (dengan sebutan ini kebanyakan orang mengenalnya) ditengah kesibukannya selalu menyempatkan diri untuk memanjakan dirinya seperti misalnya menyambangi pusat kebugaran untuk melatih otot-ototnya atau pun ke salon untuk spa dan refleksi mmenghilangkan rasa lelah setelah beraktifitas.

Tidak hanya itu saja yang dilakukan akan tetapi Romi terkadang melakukan *creambath* untuk merilekskan saraf yang tegang dikepala dan *facial* untuk merawat wajahnya agar terlihat bersih. Semua hal ini dilakukan untuk mendapatkan penampilan. Selain sebagai tuntutan pekerjaan sebagai *entertainer*, ini juga menunjang dikehidupan sehari-harinya, dengan seperti ini ia merasa akan tampak lebih segar, bersih dan tampak lebih muda di umurnya yang sudah hampir memasuki kepala 3.

Jangan ditanyakan berapa biaya pengeluaran yang diperlukan untuk itu semua, sudah pasti bisa dibayangkan digit angka yang dikeluarkan untuk mendapatkan penampilan yang sempurna.

Gambar3.4

Romi Kartiko



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Tidak hanya salon yang menjadi sasaran Romi AFI dalam upaya memperoleh penampilan yang maksimal, pusat kebugaran atau istilah kerennya ‘gym’, juga tak lupa dikunjungi oleh Romi AFI. Dalam seminggu Romi AFI mendatangi pusat kebugaran sebanyak tiga kali. Hal ini dilakukan untuk menjaga kebugaran dan kesehatannya. Alasan lainnya, ingin mendapatkan otot agar disaat mengenakan baju yang ‘*Body Fit*’ terlihat enak dilihat mata.

Pola makan Romi AFI pun diatur oleh dirinya. Romi AFI tidak memakan makanan yang berlemak. Romi AFI cenderung memakan makanan yang kaya akan serat seperti sayuran dan buah-buahan. Bukan untuk diet, akan tetapi agar lebih sehat dan menjaga bobot tubuhnya agar tidak ‘melonjak. Namun diakuinya, dalam sehari ia juga memanjakan lidahnya dengan makan-

makanan enak, hal ini dilakukan agar Romi tidak jenuh dengan makanan yang biasa dikonsumsinya.

Selain itu kaum metroseksual di Indonesia juga sering mengunjungi butik dan kafe, restoran dan mal serta memiliki banyak kebutuhan terhadap fashion, gemar belanja sering berganti mode dan gaya. Namun begitu seperti yang di ungkapkan kepada SWA (Maret 2004) mereka adalah tipikal pria yang amat mencintai keluarganya dan mereka adalah teman yang baik bagi istri dan anak-anaknya.

1.4 Ciri-Ciri Metroseksual

Berdasarkan survey 'The Future of Man' oleh EURO RSCG yang tercantum pada buku Metrosexual in Venus (Kertajaya, 2003) dapat disimpulkan bahwa seorang pria masuk dalam kategori metroseksual apabila:

1. Pria heteroseksual, tapi merasa nyaman dalam lingkungan gay.
2. Tertarik pada perawatan tubuh.
3. Mengikuti trend dan perkembangan fashion serta memperhatikan apa yang dikenakan orang lain.
4. Menikmati berbelanja sebagai suatu kesenangan daripada hanya karena kebutuhan.
5. Mengekspresikan sensualitasnya secara lebih lembut baik pada kaum wanita maupun sesama pria.
6. Lebih suka bercakap-cakap dibandingkan dengan pria kebanyakan.
7. Tidak setuju dengan keterbatasan gender yang tradisional.
8. Memiliki sisi feminin.
9. Introspektif, sehingga lebih intuitif.
10. Merasa nyaman dengan maskulinitasnya sehingga tidak merasa terancam terhadap pandangan orang luar.
11. Dikelilingi teman wanita-wanitanya tanpa perlu berhubungan seks.
12. Memiliki kemampuan komunikasi dan interpersonal yang sempurna
13. Selalu ingin tampil rapi, bersih, dan wangi
14. Sensitif dan mengerti perasaan wanita
15. Rajin ke salon, bahkan bisa sampai 2 kali seminggu
16. Mengenal merk terkenal dengan baik
17. Mampu berbelanja selama berjam-jam tanpa merasa lelah
18. Rajin menyambangi pusat - pusat kebugaran

19. Suka akan fashion dan selalu mengikuti trend terbaru
20. Berpikiran lebih liberal dan santai
21. Tidak seperti pada pria umumnya yang lebih otoriter dan membedakan status (Kertajaya, 2003)

1.5 **Metroseksual dan Salon**

Segmentasi pasar salon yang selama ini didominasi oleh kaum wanita mulai bergeser ke segmen pria. Metroseksual yang muncul dengan penampilan rapi dan klimis identik denganperawatan, baik perawatan rambut dan tubuh. Kadang tak tanggung-tanggung seorang pria metroseksual menngeluarkan dana yang besar ke salon kecantikan demi memperoleh hasil atas nama penampilan. Bahkan dana yang dikeluarkan terkdang mencapai angka yang cukup fantastis.

Bukannya tidak fantastis jika hanya demi perawatan rambut atau tubuh yang notabene bisa dilakukan seorang diri ketika sampai disalon menjadi lain karena si pria metroseksual terlebih kaum profesionalseperti artis, eksekutif muda dan sejenisnya rela merogoh kocek jutaan rupiah. Sebuah angka yang cukup ‘WOW’ bagi pria kebanyakan.

Gambar 3.5

Pria dan Salon



(sumber: www.menspa.com)

Ada beberapa salon yang menyediakan *surgery* atau operasi plastik. Hal ini cukup menarik minat pria metroseksual. Rahang yang panjang, hidung mancung, kulit putih, dan tidak memiliki keriput disaat umurnya mulai bertambah. Tentu saja salon yang menyediakan operasi plastik ini bukan salon pinggiran akan tetapi ada ahli yang menangani dibidangnya.

Sebut saja salah satu finalis VJ HUNT ‘DD’ yang diadakan oleh salah satu stasiun TV swasta. DD memiliki rahang yang panjang, kulit yang putih, hidung yang mancung dan berulang kali melakukan suntik botox. Suntik botox adalah sejenis cairan yang dimasukan kedalam anggota tubuh (biasanya pada daerah wajah dan ketiak) dan berguna untuk menghilangkan garis-garis halus. Wajah DD sudah jauh berbeda dibandingkan dengan wajahnya yang dulu. Dulu wajahnya cenderung bulat, hidung yang tidak mancung dan cenderung hitam pada kulitnya. DD memerlukan waktu kira-kira selama satu tahun untuk merombak total dari dirinya. Awal untuk melakukan operasi adalah konsultasi. Dokter bedah plastik pun tidak akan sembarangan dalam memasukan silokon kedalam tubuh seseorang. Dokter akan terlebih dahulu menjelaskan proses bedah plastik dan menanyakan bagian mana yang ingin dirubah dari dirinya.

DD mengeluarkan dana untuk itu semua tidak kurang adalah 50 juta rupiah. DD pun tidak merasa menyesal atas apa yang telah dikeluarkan dan apa yang didapatkan sekarang. Wajahnya tidak bulat lagi, hidung mancung, rahang yang panjang dan terlihat sangat sempurna. Hal yang dilakukan DD ini adalah ‘membeli’ penampilan fisik yang ia inginkan. Semua dilakuakn DD semata hanya ingin mendapatkan penampilan yang baik dan ingin meningkatkan rasa percaya dirinya.

Mereka memperhatikan penampilan pribadi bukan hanya untuk memuluskan aktivitas bisnisnya, melainkan untuk kepuasan yang sifatnya lebih personal, menimbulkan sensasi percaya diri yan lebih tinggi semacam stimulus untuk tampil lebih fresh. Selain itu metroseksual menyadari bahwa penampilan dirinya ikut dinilai dan memiliki pengaruh yang cukup signifikan dilingkungan kerja. Bagaimana tidak, untuk beberapa tempat kerja misalnya (sebut saja kantor-kantor kenamaan) dan bagi mereka yang bekerja di bidang ke-artisan yang bukan hanya sekedar menjual produk atau jasa namun juga performa pekerjaannya. Walaupun ini tidak menjadi motif utama bagi mereka karena kebanyakan melakukan perawatan penampilan untuk membuat dirinya merasa nyaman, percaya diri dan prima.

1.6 **Metroseksual dan Pusat Kebugaran**

Pusat kebugaran atau istilah kerennya adalah gym merupakan tempat favorit yang sering dikunjungi oleh para pria mmetroseksual. Dengan setumpuk aktivitas yang dikerjakan membuat seorang pria metroseksual tidak memiliki waktu banyak untuk berolahraga di pagi hari atau jogging disore hari.

Pria metroseksual dikenal sebagai pria pekerja keras sehingga tak banyak waktu yang bisa dipergunakan untuk berolahraga. Matahari terbit sudah harus siap-siap berangkat kerja dan pulang disaat matahari sudah tenggelam. Kerasnya hidup seperti ini kemudian dimanfaatkan oleh pendiri pusat kebugaran atau gym.

Didalam pusat kebugaran atau gym tersebut banyak sekali alat untuk ber-olahraga, sebut saja treedmill alat yang paling banyak digunakan oleh setiap pengunjung pusat kebugaran. Mereka melatih otot demi penampilan yang sempurna. Dada yang bidang, bahu yang tegap dan perut yang rata atau bahkan hanya sekedar membentuk badan agar enak diliat aapabila mengenakaan pakaian apapun. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal diperlukan waktu yang cukup lama karena tidak mungkin mendapatkan hasil yang instan.

Orang yang tinggal di bagian benua eropa sana menganggap gym adalah olahraga yang harus dilakukan seumur hidup. Begitu pula anggapan pria metroseksual di negara Indonesia.

Berbicara soal dana yang diperlukan untuk menjadi member di pusat kebugaran pun tidaklah murah, sebut saja salah satu contohnya CF. Untuk menjadi member di CF diperlukan dana yang besar. Bukan dalam hitungan ratusan ribu akan tetapi jutaan. Biaya jutaan ini dikeluarkan hanya untuk hitungan waktu bulanan saja. Misalkan sebulan menjadi member adalah 2juta maka dalam setahun kocek yang dikeluarkan untuk mendapatkan kebugaran dan penampilan ini adalah 24 juta, harga yang fantastis belum lagi ditambah pengeluaran untuk pakaian, salon, perlengakapan sehari-hari dan yang lainnya. Orang awam mungkin akan terbengong-bengong melihat itu ssemua akan tetapi tidak untuk mereka.

1.7 **Metroseksual VS Homoseksual**

Dengan melihat sekilas akan terlihat persamaan diantara homoseksual dan metroseksual atau mungkin sulit untuk dibedakan. Akan tetapi keduanya berbeda. Perbedaan yang paling manusiawi adalah dalam hal orientasi seksual. Metroseksual adalah pria heteroseksual yang memperhatikan secara detail penampilaannya bahkan dalam urusan “mempercantik” diri diperlukan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan wanita akan tetapi ia mencintai lawan jenisnya sama sayangnya kepada dirinya sendiri. Sedangkan homoseksual atau yang biasa disebut dengan gay adalah pria yang juga merawat diirinya sama seperti metroseksual tapi memiliki kecenderungan untuk menyukai sesama jenis (pria).

Perbedaan lainnya akan terlihat dari bahasa tubuh dari keduanya. Metroseksual memiliki penampilan yang feminin atau bahkan terkesan cantik tapi masih nampak sifat maskulinnya sedangkan gay tidak hanya menampilkan penampilan yang terkesan cantik tapi dari sifatnya pun akan terlihat feminin atau istilah yang dikenal pada saat ini adalah “ngondek” atau “agak melambai”.

Dari aksesoris yang dikenakan pun jika dicermati akan menemukan perbedannya. Pria metroseksual senang memakai pakaian pria pada umumnya sedangkan gay tak jarang mengenakan pakaian yang dikenakan oleh wanita. Seperti contohnya tas yang dijinjing dan memakai ‘leging’ ketika berpergian. Metroseksual dalam bergaul tetap pada teman sejenisnya (pria) dan dikelilingi banyak wanita sedangkan gay dalam bergaul lebih nyaman bermain dengan lawan jenisnya karena gay menganggap lawan jenisnya adalah “sama” dengan mereka.

Dalam berdandan pria metroseksual menggunakan bedak tipis untuk menutupi kekurangan noda diwajahnya daan kadang bedak itu selalu ada didalam tasnya, sedangkan gay

dalam berdandan tidak hanya menggunakan bedak tetapi juga menggunakan alas bedak, bedak, *lipstik, eye-shadow,* blus-on dan *mascara.*

Dalam menggunakan bahasa sehari-hari pria metrosseksual lebih senang menggunakan bahasa yang halus namun tegas, tidak suka berbicara kotor atau ‘serampangan’. Pria metroseksual memiliki *manner* tersendiri dalam berbicara atau mengobrol dengan lawan bicaranya. Pria metroseksual mampu berbicara berjam-jam lamanya dibandingkan dengan pria pada umumnya. Sama halnya dengan gay, gay juga sanggup berbicara ber-jam-jam lamanya seperti para pria metroseksual akan tetapi akan terlihat perbedaan bahasa yang digunakan oleh gay dan metroseksual. Mereka tetap menggunakan bahasa Indonesia, namun kini muncul lah istilah bahasa gaul.

Bahasa gaul ini mulai berkembang kurang lebih 5 tahun yang lalu. Awalnya bahasa gaul hanya dipergunakan oleh waria saja akan tetapi sekarang sudah mulai dipakai oleh kaum gay. Kalau bahasa yang halus, santai dan tidak kasar adalah bahasa yang digunakan oleh pria metroseksual, bahasa gaul yang digunakan oleh kaum gay. Seperti contohnya ‘tintus’ yang artinya tidak/engga, ‘jengong’ yang artinya jangan, ‘ember’ yang artinya iya dan lain-lain.

Semua yang terlihat memang harus diteliti lebih jelas lagi. Apabila dilihat sekilas keduanya tak ada bedanya akan tetapi perlu dicermati lagi akan menanggapi antara metroseksual dan gay. Tidak semua pria metroseksual adalah gay akan tetapi semua gay adalah metroseksual. Semua kembalikan pada pilihan individu masing-masing, ingin menjadi pria metroseksual atau menjadi gay adalah pilihan masing-masing.