



PROSIDING

Konferensi Nasional Komunikasi

Konstruksi Sensualitas Tubuh Laki-Laki Pada Media Massa (Analisis Tekstual Rubrik *Man Manual* Majalah Cosmopolitan Indonesia)

Santi Isnaini

Departemen Komunikasi, FISIP Universitas Airlangga

santiisnaini@gmail.com

Abstract

This explorative qualitative research tries to answer the researcher's curiosity about the concept of male body sensuality which is packed by Cosmopolitan Indonesia magazine through Man Manual section. Curiosity begins the phenomenon of male models pose sexy and highlight certain body parts to look sensual in women's magazines. This is something different and not found in other women's magazines. Man's Rubric Manual in Cosmopolitan Indonesia magazine is a phenomenon in which men are displayed sensuously, while sensual poses are usually performed only by female models in men's magazines. The method used to answer the formulation of the research problem is semiotics, by collecting and randomly selecting the Manual rubric on three Cosmopolitan Magazine Indonesia throughout 2015 which is considered to reveal the sensuality of the male body. The results showed Cosmopolitan Indonesia presents the sensuality of the male body in various ways. In addition to highlighting some parts of the body such as the chest, abdomen, waist, arms, thighs, curve V near the intimate area along with thin hair that is in the body at each pose, facial expressions are also formed with a sensual impression like using seductive eyes and pursed lips. In addition, the use of the term relating to sexual intercourse as a description of the picture scene is an attempt of this magazine to accentuate the body-specificity of the male model.

Keywords: Body Sensuality, Semiotics, Mass Media

Abstrak

Penelitian kualitatif eksploratif ini berusaha menjawab keingintahuan peneliti akan konsep sensualitas tubuh laki-laki yang dikemas oleh majalah Cosmopolitan Indonesia melalui rubrik *Man Manual*. Keingintahuan diawali adanya fenomena model laki-laki berpose seksi dan menonjolkan bagian tubuh tertentu agar terlihat sensual di majalah perempuan. Hal ini merupakan sesuatu yang berbeda dan tidak ditemukan di majalah perempuan lainnya. Rubrik *Man Manual* yang ada dalam majalah Cosmopolitan Indonesia adalah sebuah fenomena dimana laki-laki ditampilkan secara sensual, sementara pose sensual biasanya hanya dilakukan oleh model perempuan di majalah laki-laki. Metode yang digunakan untuk menjawab perumusan masalah penelitian adalah semiotika, dengan mengumpulkan dan memilih secara acak rubrik *Man Manual* pada tiga Majalah

Cosmopolitan Indonesia sepanjang tahun 2015 yang dianggap dapat mengungkap sensualitas tubuh laki-laki. Hasil penelitian memperlihatkan Cosmopolitan Indonesia menyajikan sensualitas tubuh laki-laki dengan berbagai cara. Selain menonjolkan beberapa bagian tubuh seperti dada, perut, pinggang, lengan, paha, lekukan V dekat area intim berserta rambut tipis yang ada di tubuh pada setiap posesnya, ekspresi wajah juga dibentuk dengan kesan sensual seperti menggunakan tatapan mata menggoda dan mengerutkan bibir. Selain itu penggunaan istilah berkaitan dengan hubungan seksual sebagai deskripsi adegan gambar merupakan upaya majalah ini untuk menonjolkan sensualitas tubuh model laki-lakinya.

Kata kunci: Sensualitas Tubuh, Semiotika, Media Massa

Copyright © 2017 Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. All rights reserved

Pendahuluan

Penampilan model laki-laki dalam berbagai majalah gaya hidup merepresentasikan suatu fenomena yang kian menggejala di hampir semua kota-kota besar di dunia pada dewasa ini yaitu munculnya laki-laki metroseksual yang sangat peduli pada penampilan fisik. Laki-laki metroseksual memasukkan perawatan diri pada agenda utama kehidupannya, seperti yang lazim dilakukan oleh perempuan, di antaranya dengan melakukan fitness, ke salon untuk melakukan perawatan wajah dan rambut, dan cenderung berbusana sesuai dengan tren fesyen masa kini. Istilah metroseksual sendiri pertama kali diperkenalkan oleh Mark Simpson, seorang kolumnis fesyen Inggris pada tahun 1994, melalui bukunya "*Male Impersonators: Man Performing Masculinity*". Saat itu ia melihat banyaknya para muda Inggris di kota-kota besar yang *dandy* dan kaya yang disebutnya, "laki-laki yang sangat menyayangi dan bahkan cenderung memuja diri sendiri (narsistis), serta sangat tertarik pada gaya busana baru dan perawatan tubuhnya".

Kecenderungan laki-laki metroseksual ini dipengaruhi oleh tuntutan gaya hidup di kota besar. Gaya hidup merupakan pola tindakan yang dapat membedakan antara satu orang dengan yang lainnya yang menjadi ciri khas masyarakat yang semakin baik kehidupan sosial ekonominya juga ciri sebuah dunia modern. Jadi siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain (Channey, 1996). Gaya hidup di kota besar cenderung dipengaruhi oleh budaya dan pola hidup masyarakat yang mengalami pergeseran seperti menjadikan *grooming* (merawat wajah dan tubuh) sebagai bagian dari gaya hidup.

Kehadiran laki-laki metroseksual dengan penampilan yang sempurna, menawan dan menarik hati menawarkan sebuah wacana

sensualitas tersendiri karena daya tariknya. Dikutip dari Kamus Webster's New World College Dictionary, dalam penelitian ini, sensualitas didefinisikan dalam dua terminologi yaitu: (a) *Sensuality: the state or quality of being sensual*; (b) *Sensual: connected or preoccupied with bodily or sexual pleasure*. Laki-laki dengan tubuh sempurna mempunyai kecenderungan untuk memamerkan bentuk tubuhnya dan memanfaatkan daya tariknya untuk kepentingan tertentu.

Wacana daya tarik seksualitas hadir di media massa dan tak bisa dilepaskan ketika menjadi sebuah industri. Model-model yang ditampilkan pada sebuah majalah, misalnya, bisa diartikan sebagai bagian upaya media massa dalam mengatakan apa yang mereka nilai sebagai orang yang memiliki daya tarik seks. Seperti yang kita lihat, majalah-majalah tidak sembarangan memilih model yang akan dijadikan model sampulnya. Ada semacam kriteria tertentu yang harus dimiliki model tersebut agar ia dapat ditampilkan oleh majalah yang bersangkutan. Bentuk tubuh, wajah, bibir, rambut, dan sebagainya yang menyangkut fisik adalah kriteria yang digunakan untuk mengukur daya tarik seks seseorang. Namun ternyata ada hal lain selain daya tarik fisik yang diperlukan untuk membentuk daya tarik seks. Karisma, tingkat intelektual yang tinggi, kesuksesan, dan kemapanan secara materi, merupakan beberapa di antara hal yang bisa dikategorikan sebagai unsur yang menjadikan seseorang memiliki daya tarik seks.

Media massa memiliki pengaruh terhadap penciptaan kriteria daya tarik seks pada laki-laki dan perempuan. Dukungan terhadap kriteria daya

tarik seks itu sendiri pada dasarnya dilandasi oleh kepentingan ekonomi. Laki-laki dan perempuan merupakan pasar potensial bagi barang konsumen. Khusus untuk laki-laki, kecenderungan ini dapat dilihat dari fenomena mulai maraknya produksi barang yang diperuntukkan bagi kaum laki-laki. Bukan saja barang-barang yang memang dekat dengan bidang produksi seperti mobil, alat-alat telekomunikasi, tetapi juga bidang domestik seperti perawatan tubuh dan wajah, pakaian, penambah vitalitas atau gairah seks. Walaupun mungkin tidak sebesar potensi yang dimiliki perempuan sebagai *big spender*, namun laki-laki tetap saja dapat digolongkan sebagai pasar yang menjanjikan. Ditambah lagi dengan semakin banyaknya majalah atau media massa lain yang mulai bermain di segmen khusus laki-laki, semakin mengukuhkan laki-laki sebagai golongan yang memiliki tempat khusus di hati pelaku ekonomi yang kapitalistik.

Media massa diyakini memiliki kemampuan untuk mengkonstruksi realitas. Dalam pandangan konstruktivisme, media massa bukan hanya saluran pesan, tetapi ia juga subjek yang mengonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. Di sini, media massa dipandang sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan realitas. (Lihat Bennett, 1982; Hidayat, 1999 dalam Muslich, 2008). Lewat berbagai instrumen yang dimilikinya, media ikut membentuk realitas yang terkemas dalam pemberitaan. Dalam media massa, tubuh manusia pun, baik laki-laki dan perempuan, tak luput dari konstruksi.

Politik seksualitas yang ditampilkan di media massa memang tidak mewakili pandangan banyak orang mengenai seksualitas namun media dapat menciptakan kebutuhan untuk itu. Tubuh laki-laki seringkali digambarkan dengan bentuk tubuh atletis, bentuk perut yang rata dan dada bidang, dan sehat. Pada saat yang sama, sebagai media komunikasi, dia juga menjelaskan bahwa memang ada kebutuhan untuk jenis layanan pembentukan tubuh seperti itu. Di sini seks digunakan (atau disalahgunakan) sebagai daya tarik semua bidang komersial atau industri yang sebenarnya tidak ada hubungannya dengan seks. Seks dijadikan komoditas untuk menjual.

Majalah sebagai media cetak yang merupakan bagian dari media massa tidaklah berbeda. Yang membedakan penelitian ini dari penelitian lain adalah usaha untuk mengangkat suatu fenomena dimana majalah bersegmen

perempuan menampilkan laki-laki secara sensual sementara pose sensual biasanya hanya dilakukan oleh model perempuan di majalah laki-laki. Tak berbeda dengan majalah laki-laki yang menampilkan model perempuan yang sensual, di sini terlihat bahwa majalah bersegmen perempuan ini juga melakukan sebuah konstruksi, dalam hal ini konstruksi sensualitas tubuh laki-laki. Namun, bagaimanakah khalayak perempuan, yaitu pembaca majalah bersegmen perempuan ini, memaknai sensualitas tubuh laki-laki yang dikonstruksikan oleh majalah tersebut.

Cosmopolitan Indonesia adalah majalah berlisensi asing pertama yang masuk ke Indonesia dan langsung menjadi *best selling* dengan nama 'Kosmopolitan' pada tahun 1997. Majalah ini menampilkan informasi yang membahas tentang kehidupan perempuan, gaya hidup, fashion, karir, seks, panduan informasi pria, kesehatan dan lainnya. Adapun karakteristik pembacanya adalah perempuan profesional muda yang memiliki penghasilan cukup dan mandiri, modern, dinamis serta aktif. *Editor In Chief Cosmopolitan*, Fira Basuki, sebagaimana moto Cosmopolitan yaitu *Fun Fearless Female*, mengungkapkan seorang perempuan harus memancarkan wajah cantik, menarik, penuh percaya diri, tidak menggantungkan kehidupan pada kaum pria, dan tahu pasti apa yang dikerjakannya. Salah satu rubrik dalam Cosmopolitan Indonesia bernama "*Man Manual*", sebuah rubrik yang membahas serba serbi laki-laki, mulai dari curahan hatinya laki-laki untuk mendapatkan perempuan, tips seks sampai panduan informasi tentang laki-laki. Rubrik ini juga menampilkan model laki-laki dengan pose seksi dan menonjolkan bagian-bagian tubuh tertentu agar terlihat sensual seperti bertelanjang dada dengan celana pendek, *six packs*, tubuh basah, dan mengkilat. Majalah ini pun menjadi obyek yang representatif dalam penelitian mengenai pemaknaan sensualitas tubuh laki-laki pada media massa.

Berdasarkan latar belakang dan pemikiran yang telah dipaparkan sebelumnya, perumusan masalah dari penelitian ini adalah: "Bagaimanakah sensualitas tubuh laki-laki yang ditampilkan oleh majalah Cosmopolitan Indonesia?"

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sensualitas tubuh laki-laki yang ditampilkan oleh majalah Cosmopolitan Indonesia.

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan khazanah studi komunikasi, khususnya konstruksi sensualitas tubuh laki-laki di

media massa. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi tinjauan bagi penelitian sejenis. Adapun di tingkat praksis, penelitian ini diharapkan membantu masyarakat memahami konstruksi sensualitas tubuh laki-laki normatif yang dicitrakan melalui media massa khususnya pada masa pers di Indonesia mendapatkan kembali kebebasannya.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif eksploratif menggunakan paradigma konstruktivistis untuk mengeksplor konsep sensualitas dalam majalah *Cosmopolitan Indonesia*. Metode yang digunakan untuk menjawab perumusan masalah adalah analisis tekstual dengan menerapkan konsep semiotika. Penggunaan metode analisis tekstual ini selain ditujukan untuk menggali sensualitas tubuh laki-laki yang disajikan oleh majalah *Cosmopolitan Indonesia* melalui rubrik *Man Manual*, juga diharapkan mampu mengungkap apa yang terjadi di dalam realitas sosial dan wacana publik yang berkaitan dengan sensualitas tubuh laki-laki.

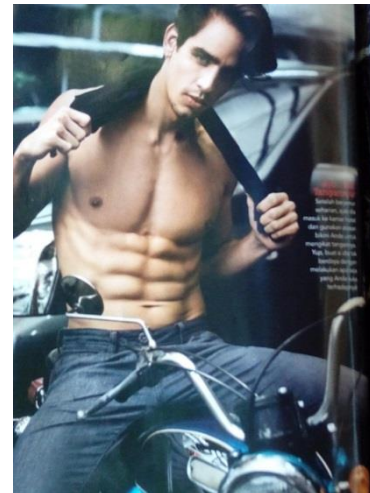
Sasaran penelitian dalam penelitian ini adalah rubrik *Man Manual* majalah *Cosmopolitan Indonesia* karena rubrik ini memuat gambar-gambar laki-laki dengan pose sensual. Selain gambar, rubrik ini juga memuat artikel tentang model yang ditampilkan saat itu. **Unit analisis** penelitian ini adalah teks yang terdapat dalam rubrik *Man Manual* pada tiga majalah *Cosmopolitan Indonesia* yang terbit sepanjang tahun 2015. Pemilihan dilakukan secara acak. Rubrik *Man Manual* yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi hanya pada gambar yang dianggap mampu mengungkap sensualitas yang terdapat dalam majalah *Cosmopolitan Indonesia*.

Dalam penelitian ini, analisis data menggunakan cara menurut Roland Barthes yang memisahkan antara teks linguistik dengan teks khusus yaitu pencitraan visual (Yusuf, 2005). Langkah-langkah yang dilakukan kelompok peneliti adalah menentukan penanda (*signifier*) dalam teks yang meliputi teks linguistik yaitu teks verbal: *caption* pada foto. Kemudian mengidentifikasi teks visual yang mencakup penataan elemen visual seperti latar, kostum dan tata rias yang digunakan model, *gesture* atau pose dan komposisi gambar seperti posisi kamera, *angle*, dan warna. Selanjutnya, data yang telah diperoleh dihubungkan dengan teori yang ada dan diinterpretasikan dalam

perspektif budaya yang dipengaruhi situasi sosial, budaya, dan politik.

Hasil Penelitian

Salah satu gambar yang diteliti adalah gambar model Luis dalam Majalah *Cosmopolitan* edisi Juni 2015. Pada gambar ini warna-warna yang terlihat adalah hitam, abu-abu, putih, merah, juga biru. Adapun spektrum yang terlihat lebih kepada arah putih dan hitam, sehingga komposisi warnanya cenderung kearah gelap. Untuk pencahayaan, model disorot dari arah samping atau lebih dikenal dengan istilah *SideLight* – dimana posisi kamera 45-90 derajat dari model – sehingga bayangan yang terbentuk hanya berada pada salah satu sisi saja. Konsep pencahayaan seperti ini membuat bagian tubuh model terlihat lebih gelap dibagian sebelah dengan efek bayangan, namun masih tetap jelas sehingga otot dan *sixpack* model terlihat.



Gambar 1.

Foto Luis dalam Majalah *Cosmopolitan* Edisi Juni 2015

Pada latar belakang foto, kita dapat melihat ada sebuah mobil yang sedang diparkir serta besi-besi menyerupai pembatas ataupun pagar disebang mobil. Sedangkan sang model terlihat tengah duduk diatas sepeda motor Honda CB berwarna biru muda. Selain itu, pesan linguistik dituliskan menggunakan dua warna berbeda yakni merah dan putih, dimana merah bertuliskan “Ayo... Ikat Tangannya!” sedangkan yang putih, lebih kepada penjelasan singkat mengenai keterangan *caption* merah, dengan ukuran yang lebih kecil.

Teknik kamera yang digunakan adalah *Medium Long Shoot* dimana kita dapat melihat dengan jarak yang wajar, yakni dari bagian kepala hingga lutut serta keadaan yang ada di sekitarnya. Melalui gambar ini, model dapat terlihat secara dekat dengan pembacanya, namun masih menunjukkan bahasa tubuh secara jelas (Naratama, 2004:75). Dalam hal ini, keadaan sekitar yang dimaksudkan adalah lokasi dan properti yang menjadi latar belakang foto. Selain itu, teknik kamera ini juga memungkinkan pembaca untuk menangkap secara jelas ekspresi Luis sebagai model.

Tata rias wajah yang dipakai terlihat begitu alami. Model tidak menggunakan banyak riasan. Rambutnya yang tebal dibiarkan jatuh kesamping dengan belah samping dan ada beberapa helai yang tertup angin. Kumis dan janggut dibiarkan tersisa sangat tipis dan jauh lebih sedikit juga bersih bila dibandingkan model-model sebelumnya. Terlihat pula bahwa Luis menggunakan anting pada telinga kirinya yang tertangkap kamera. Secara keseluruhan, tata rias Luis terlihat sangat natural dan membuatnya nampak terlihat muda. Selain itu, Luis sebagai model juga terlihat *topless* dan hanya mengenakan jeans berwarna abu-abu. Adapun pemilihan warna bibir yang sedikit kecoklatan, menimbulkan kesan kelembutan dalam diri model. Secara keseluruhan, model terlihat begitu menarik baik dari segi postur tubuh maupun tata rias wajahnya.

Untuk pose pada gambar 1, Luis dilihatkan tengah duduk di atas sepeda motor Honda CB dengan posisi badan sedikit menyamping menghadap lurus kedepan, dan kepalanya di miringkan sekitar 45 derajat. Kedua tangannya sibuk memegang ikat pinggang yang dikalungkan di leher bagian belakang. Badan sedikit membungkuk sehingga lekukan otot *sixpack* di perut semakin terlihat jelas dan menonjol layaknya 3 dimensi. Bibir Luis sedikit terbuka dan tatapan matanya terlihat teduh menunjukkan kelembutan.

Merujuk pada penjabaran di atas, maka terdapat tanda-tanda yang ditemukan oleh peneliti pada gambar 1 tersebut. Pertama adalah keselarasan antara pose model dengan pesan linguistik yang ditampilkan. Pada gambar 1 pesan linguistik yang disampaikan dengan warna merah bertuliskan "Ayo...Ikat Tangannya!" memiliki kesesuaian dengan pose model yang membawa ikat pinggang di kedua tangannya. Hal ini dapat dikonotasikan sebagai perwujudan kesediaan pihak laki-laki untuk

diikat tangannya saat berhubungan seksual demi mendapatkan kepuasan tersendiri.

Sedangkan posisi badan model yang sedikit membungkuk dapat dikonotasikan sebagai bentuk kepatuhan terhadap pihak perempuan, dimana ide untuk mengikat kedua tangan laki-laki saat berhubungan seksual seakan merekonstruksi ulang pihak mana yang berkuasa di atas ranjang. Dikarenakan hampir dalam semua kegiatan seksual, perempuan selalu menjadi obyek kenikmatan para lelaki. Sedangkan melalui caption kecil berwarna putih yang bertuliskan "...buat si dia tak berdaya dengan melakukan apa saja yang Anda suka terhadapnya!" seolah merubah kebiasaan tersebut dengan menunjukkan kuasa perempuan yang juga bisa menjadikan lelaki sebagai obyek kenikmatannya.

Tanda yang kedua, merupakan cara berbusana model yakni *topless* yang dapat dikonotasikan sebagai sensualitas sang model sekaligus petanda atas kesiapan para lelaki untuk berhubungan seksual dengan lawan jenisnya. Adapun tanda yang ketiga adalah keselarasan antara tata rias dan ekspresi wajah yang ditampilkan oleh model. Keduanya dapat dikonotasikan bahwa sang model merupakan sosok laki-laki muda yang masih polos dan masih kaya akan rasa penasaran terutama dalam hubungan seksual. Sehingga bila dikaitkan pula dengan pesan linguistik yang ditampilkan, maka makna konotasi yang tercipta adalah model tersebut merupakan laki-laki muda yang masih haus akan pengalaman seks sehingga dirinnya bersedia untuk dieksplor sedemikian rupa oleh pihak perempuan, termasuk dengan tangan yang terikat.

Meski demikian, penggunaan anting yang hanya terlihat ada di sebelah kanan, dapat pula dikonotasikan bahwa lelaki tersebut adalah gay. Sehingga bila dikembalikan pada pihak mana yang berkuasa saat diranjang, maka model laki-laki tersebut mewakili pihak perempuan dimana anting sudah menjadi salah satu aksesoris pasti yang identik dengan p. Sehingga pada pembahasannya, perempuan akan kembali menjadi obyek kenikmatan laki-laki saat berhubungan seksual. Sehingga ikat pinggang yang dibawa juga dapat dimaknai berbeda yakni, lelakilah yang dari dulu dan sebenarnya akan mengikat tangan perempuan.

Tanda yang keempat adalah penggunaan motor Honda CB sebagai properti dalam foto yang sangat lekat akan nuansa retro-modern. Apabila dikonotasikan maka makna yang terbentuk adalah, pelaku dari hubungan seksual dengan tangan terikat

ini, dilakukan oleh pasangan beda umur dengan posisi laki-laki yang lebih muda dan diibaratkan sebagai hal modern, namun menyukai hal-hal lawas/retro layaknya perempuan yang jauh lebih tua.

Dari hasil konotasi-konotasi tersebut, maka dapat dimaknai secara denotasi bahwa lelaki digunakan untuk membangkitkan gairah dalam melakukan hubungan seksual, dimana konsep seks dengan tangan terikat cocok untuk dilakukan laki-laki yang masih muda atau menjalani hubungan dengan perempuan yang lebih tua. Sehingga rasa penasarannya terhadap seks sebagai kawula muda dapat terhapuskan melalui pengalaman perempuan lebih tua yang sudah lebih banyak.

Komoditas Seks pada Majalah Hiburan dan Gaya Hidup Perempuan Dewasa

Pada bagian sebelumnya, peneliti telah menyinggung secara singkat mengenai makna denotasi dan konotasi pada teks visual ataupun gambar yang ada pada majalah *Cosmopolitan Indonesia*. Namun pada bagian kali ini, peneliti akan memperdalam pisau analisis pada makna konotasi melalui tahapan terakhir, yakni dalam ranah ekonomi media.

Majalah *Cosmopolitan Indonesia* sebagai salah satu media massa yang menjadikan perempuan sebagai target marketnya, dipahami menerapkan sistem konstruktivisme yang secara halus berusaha untuk mendobrak sistem patriarki di Indonesia selama ini. Dikatakan demikian karena pemilihan konten dan penggunaan laki-laki sebagai obyek *visual pleasure* perempuan, menjadikan *Cosmopolitan Indonesia* sebagai agen konstruksi sosial yang mendefinisikan sebuah realitas baru dikalangan para pembaca. Hal ini diperkuat dengan pemilihan tema, konten, dan isi yang ditampilkan oleh majalah *Cosmopolitan Indonesia*, di desain sebagai bacaan modern akan gaya hidup perempuan dewasa yang ideal baik dari segi *fashion*, karier, maupun *relationship* sekaligus.

Salah satu rubrik fenomenal yang ada di dalamnya adalah rubrik *Man Manual*, yang membicarakan mengenai kehidupan seks dengan menampilkan lelaki sebagai salah satu bagian dari konstruksi realitas yang ada. Pada rubrik tersebut tubuh laki-laki menjadi konsumsi perempuan dengan menampilkan perut yang *six pack*, lengan kekar, tubuh bersih mengkilat, wajah tampan, serta beberapa gambar vulgar seperti lekukan V dekat

area intim beserta rambut-rambut tipis yang ada di tubuh. Gambaran ini memberikan kesan yang berbeda bagi para lelaki, sebagai objek seksual dan menggantikan para perempuan. Di majalah ini, para pria dieksploitasi tubuhnya dan menjadi komodifikasi seksualitas yang dikemas melalui alternatif gaya berhubungan seksual dengan memposisikan lelaki sebagai *bottom* dan perempuan sebagai *top*.

Tubuh mereka dijual untuk menarik minat para pembaca perempuan melalui pose-pose yang menggoda. Penggunaan caption yang menarik pun menjadi pelengkap tersendiri bagi eksploitasi yang dilakukan majalah *Cosmopolitan Indonesia* seperti dalam salah satu edisinya dengan model foto Luis, yakni:

“Ayo... Ikat Tangannya!

Setelah berjemur seharian, ajak dia masuk ke kamar hotel dan gunakan atasan bikini Anda untuk mengikat tangannya. Yup, buat si dia tak berdaya dengan melakukan apa saja yang Anda sukai terhadapnya!”

(Dalam Majalah *Cosmopolitan Indonesia* Edisi Juni 2015, rubrik *Man Manual: Naughty Getaway*)

Melalui penggunaan caption diatas, maka dapat dijadikan sebagai bukti penguat bahwa pandangan konstruktivisme majalah *Cosmopolitan Indonesia* telah menjadikan para lelaki sebagai komoditas seks di dalamnya.

Lelaki menjadi begitu lekat dengan kesan sensual dan pornografi melalui tampilan yang sedikit vulgar dan mendapatkan penyesuaian dari nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Hal ini terlihat dari penggambaran para lelaki yang masih mengenakan celana panjang berupa jeans dan hanya bertelanjang dada sebagai bentuk penghormatan, meski sebagian gambar juga menampilkan garis V yang menandakan kesan seksi pada area intim laki-laki. Dikatakan sensual manakala tubuh laki-laki yang ditampilkan tersebut memiliki korelasi tersendiri dengan kenikmatan seksual yang didapatkan oleh para pembacanya. Karena melalui bentuk tubuh dan teks visual yang ada, para pembaca diajak untuk berimajinasi mengenai sosok laki-laki yang ideal sebagai pasangan mereka dalam berhubungan seksual.

Hal ini disebabkan pula oleh adanya rasa ketidakpuasan perempuan dalam hubungan seksual, dimana pihaknya selama ini hanya dijadikan objek seksual yang bertugas untuk memberikan kenikmatan bagi pasangannya. Disini, majalah

Cosmopolitan Indonesia berusaha untuk menempatkan posisinya sebagai sebuah perantara yang berusaha menjembatani keinginan perempuan tersebut melalui rubrik *Man Manual*. Keberadaan rubrik ini pada akhirnya sebagai penanda bahwa pihaknya termasuk kedalam media yang memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Dengan begitu majalah Cosmopolitan menunjukkan sisi sejatinya sebagai sebuah industri yang juga berusaha untuk menjaga konsumennya melalui penggunaan laki-laki sebagai komoditas seks di dalamnya. Hal ini menjadi menarik manakala objek seksual yang biasanya dilekatkan pada perempuan, justru memosisikan perempuan sebagai penikmat dari objek seksual tersebut.

Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah, laki-laki pada kenyataannya juga dikonstruksi sebagai objek dan komoditas seks dalam majalah perempuan dewasa. Bahkan ketika kesan objektifikasi dan komodifikasi itu terendus, maka majalah Cosmopolitan Indonesia sebagai majalah *franchise* yang terbit di Indonesia juga disimpulkan sebagai sumber eksploitasi bagi kapitalisme global.

Eksplorasi Laki-laki dalam Majalah Hiburan dan Gaya Hidup Perempuan Dewasa

Seperti pembahasan pada sub bab sebelumnya bahwa laki-laki menjadi hal baru dalam komoditas oleh media massa. Terutama penggunaan laki-laki sebagai komoditas seksual oleh industri media, yang notabene menempatkan perempuan dewasa sebagai penikmat media. Bukan lagi perempuan yang menjadi objek, namun mereka adalah subjek yang mengkonsumsi konten tersebut dan menjadikan laki-laki sebagai objek sensualitas. Laki-laki dalam hal ini diperuntukkan untuk dapat memuaskan *visual pleasure* perempuan. Hal ini menegaskan bahwa wilayah tubuh laki-laki juga merupakan objek pornografi yang dapat dieksplorasi.

Dalam rubrik *Man Manual* memang tidak secara langsung menunjukkan tubuh laki-laki secara keseluruhan, namun justru hal inilah yang menjadi bagian dari eksplorasi tubuh laki-laki. Seperti yang dijelaskan pada tinjauan teoritis, bahwa menurut Sigmund Freud, "tubuh yang tertutup yang menuruti tuntutan peradaban masyarakat akan selalu mengundang keingintahuan seksual dan berfungsi sebagai daya tarik objek seksual dan berfungsi sebagai suplemen daya tarik seksual melalui

tindakan penyingkapan bagian-bagian tersembunyi". Maka secara tidak langsung tubuh laki-laki yang "telanjang dada" adalah bagian dari eksplorasi terhadapnya. Dimana bagian tubuh yang tertutup dan ada bagian lain yang terbuka, atau bagian tubuh intim yang tertutup namun tetap terlihat sedikit bagiannya terkesan jauh lebih terlihat menarik dan cenderung memikat perhatian mereka yang menikmati foto tersebut, terutama perempuan.

Tubuh laki-laki yang dalam teori peran seksual diasosiasikan dengan karakter kunci: agresif, rasional, dan objektif. Pada *Man Manual*, laki-laki digambarkan dengan cara yang senada (agresif), namun dalam hal ini laki-laki berlaku sebagai objek. Tampilan laki-laki yang demikian dalam Cosmopolitan merupakan bagian dari aktualisasi diri laki-laki dalam bentuk yang lain. Tidak hanya berlaku sebagai pihak yang mendominasi namun juga yang terdominasi akan keinginan perempuan dewasa atas kebahagiaan dan kenikmatan secara seksual.

Eksplorasi terhadap laki-laki dalam hal ini dapat dibagi menjadi dua bagian yang penting, yaitu peran laki-laki dan hak laki-laki akan tubuhnya. Pembentukan peran laki-laki dan perempuan dibedakan dengan jelas oleh media, dalam hal ini adaah majalah hiburan. Seperti yang dijelaskan oleh Douglas Kellner (1995) bahwa akibat pengaruh budaya media terhadap gender, mengakibatkan adanya peran laki-laki dan perempuan (Macdonald, 1995 : 85). Isu-isu maskulinitas berusaha mengukuhkan objektifikasi laki-laki dalam media dan berusaha melanggengkannya dalam majalah-majalah khusus perempuan.

Selama ini, bentuk stereotip tentang laki-laki menempatkannya sebagai pihak dominan dan sebagai subjek seksual, namun Cosmopolitan mencoba untuk keluar dari budaya dominan majalah tentang penggambaran laki-laki. Selain menggambarkan laki-laki yang metroseksual dan maskulin, Cosmopolitan menggambarkan sosok laki-laki yang dapat memuaskan perempuan dalam hal *visual pleasure* dan sensualitas.

Pada majalah Cosmopolitan laki-laki digambarkan sebagai objek pemuas perempuan. Dimana tubuh laki-laki 'dipotret' dengan menonjolkan kesan sensual, seksi, dan erotis. Menurut Bungin (2003: 141) penggambaran yang mengarah pada erotisme dilakukan media massa ketika media telah kehilangan idealismenya, ketika media merasa tirasnya terancam, ketika media perlu bersaing dengan sesama media, maupun ketika

media baru memosisikan dirinya di masyarakat. Konten sarat erotisme juga dilakukan media saat segmentasi pembaca dirasa membutuhkannya.

Hal ini menyiratkan bahwa metroseksualitas laki-laki tidak hanya ditunjukkan dengan perawatan tubuh yang mereka lakukan, namun juga menggambarkan sensualitas laki-laki dengan tubuhnya. *Cosmopolitan* sekaligus mendukung pemahaman *postfeminism* karena perempuan digambarkan sebagai pihak yang mendominasi laki-laki tidak hanya dalam hal domestik namun juga seksualitas.

Namun di sisi lain, pada era modern ini, menurut Foucault kekuasaan adalah milik individu seta kekuasaan tidaklah *random*, tetapi melalui proses historis. Kekuasaan tidak didesain dari atas, tetapi melewati tahap-tahap dalam dimensi ruang dan waktu tertentu. Pada kondisi biasa maka perempuanlah yang akan menjadi pihak yang terobjektifikasi, namun dalam hal ini laki-laki yang tereksplorasi oleh media massa. Walaupun demikian, laki-laki tetap memiliki hak penuh atas tubuhnya, karena pada saat yang sama laki-laki secara sadar melakukan hal tersebut, bahkan ada rasa puas saat menyuguhkan foto-foto yang dianggap sensual dan memperlihatkan lekuk tubuhnya yang berotot. Bentuk tubuh ideal yang dimiliki oleh laki-laki bukanlah yang didapat begitu saja, namun melalui usaha yang keras dan disiplin untuk dapat mendapatkan bentuk tubuh yang sedemikian rupa.

Tubuh seringkali dikaitkan dengan penampilan fisik seseorang. Tak dapat dipungkiri, ketika pertama kali kita melihat dan mengenali seseorang adalah melalui fisiknya, entah dari bentuk tubuhnya, bentuk mukanya, maupun bagian tubuh lain yang terlihat oleh panca indera kita. Hal ini setidaknya tercermin dalam pandangan eksistensialisme, yang menerjemahkan tubuh sebagai diri. Salah satu pencetus pemikiran ini ialah Sartre. Ia menegaskan bahwa tubuh adalah diri, dan diri adalah tubuh. “*Aku menghidupkan tubuhku Tubuh adalah sebagaimana aku nampak Aku adalah tubuhku yang menunjukkan isi siapakah aku*” – Sartre (1966: 428-460) dalam Synnott (2003: 64). Masyarakat menilai melalui tubuh karena alasan-alasan politis dan sangat praktis, seperti usia, warna kulit, gender, atau estetika. Sejauh ini, tubuh dipandang sebagai eksistensi diri, yang mana melalui tubuh-lah seseorang tampil di hadapan orang lain.

Pandangan eksistensialisme ini sejalan dengan teori objektivikasi yang memandang *trend*

peningkatan aspek penampilan fisik sebagai konsekuensi dari maraknya praktik objektivikasi seksual terhadap tubuh – yang awalnya lebih banyak dikaji pada kalangan kaum perempuan, namun sekarang laki-laki pun tak luput dari praktik objektivikasi. Dimana menurut Melliana S, (2006: 52) praktik ini terjadi ketika tubuh dilihat semata-mata sebagai objek seksual, untuk dinikmati, untuk dievaluasi, dan ditentukan nilai dan maknanya oleh pihak lain di luar si pemilik tubuh yang bersangkutan – dalam hal ini adalah tubuh laki-laki. Tubuh tersebut diposisikan dan dimaknai sebagai objek keindahan atau kepuasan untuk dilihat, diamati, dinilai, bahkan digunakan oleh pihak lain selain dirinya. Karena itulah, aspek tubuh yang lebih mudah teramati menjadi aspek yang lebih dipentingkan. Aspek tersebut adalah penampilan fisik seperti warna kulit, sensualitas, atau ukuran-ukuran bagian badan tertentu

Praktik objektivikasi seksual dalam majalah memang terjadi secara tidak langsung. Artinya, praktik ini tidak dialami langsung oleh si ‘korban’ (laki-laki). Melainkan berjalan setelah khalayak membaca dan menyaksikan figur laki-laki yang ada di dalam majalah tersebut. Disini, berarti khalayak bebas menikmati detail tubuh perempuan yang ditampilkan, tentu setelah membayarnya. Akan tetapi, berapapun harga yang dibayarkan, tetaplah merugi. Bagaimana tidak, tubuhnya menjadi konsumsi publik. Setiap orang yang melihat dan membacanya berhak menilai, memaknai, serta mengevaluasi tubuhnya.

Namun, yang paling diuntungkan dari semuanya ialah orang-orang yang berada dibalik media, terutama pemilik media (kelompok kapitalis) yang memanfaatkan tubuh-tubuh perempuan itu untuk mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya dari hasil penjualan majalah tersebut. Sebab, pada dasarnya menurut Halim (2013: 52) sebuah perusahaan media memproduksi khalayak untuk diantarkan kepada para pengiklan. Dimana mereka merancang program-program yang menarik minat khalayaknya. Dalam konteks ini, ditampilkannya tubuh perempuan yang sensual padarubrik *Man Manual* merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh majalah *Cosmopolitan* dalam memikat segmentasinya.

Sedangkan bila dikaitkan dengan politik tubuh, maka tubuh adalah sebuah objek kuasa pihak yang memiliki kepentingan tertentu. Tubuh dimanipulasi, dilatih, dikoreksi menjadi

patuh, bertanggungjawab, menjadi terampil dan meningkat kekuatannya. Kekuasaan dari masa yang satu ke masa yang lain, selalu “menyentuh” tubuh, hanya cara, ukuran dan sasaran kontrolnya saja yang senantiasa berubah-ubah. Dalam hal ini, kaitannya dengan bentuk tubuh laki-laki yang ideal menurut kacamata perempuan dalam majalah hiburan adalah tubuh yang dilatih secara teratur dan disiplin (laki-laki metroseksual).

Idealisasi tubuh laki-laki itu sendiri sesungguhnya bagian dari sistem kerja kapitalisme. Dimana kelompok-kelompok kapital berperan besar meyakinkan para perempuan – sebagai segmentasi – dan para laki-laki bahwa tubuh ideal masa kini lebih disukai dan dapat dicapai. Melalui majalah, film, televisi, dan dunia periklanan-lah ditampilkan tubuh-tubuh ideal. Hingga perlahan tapi pasti, majalah mengajarkan standar tertentu tentang tubuh ideal laki-laki dalam kerangka kapitalis.

Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah, bahwa laki-laki pada kenyataannya juga dikonstruksi sebagai objek seks dalam majalah perempuan dewasa, yang sekaligus sebagai pemuas kebutuhan seksual perempuan. Bahkan ketika kesan objektivikasi mulai terendus, *Man Manual* tetap dipertahankan, sekali lagi untuk dapat memenuhi gaya hidup perempuan dewasa. Sekaligus untuk melanggengkan konstruksi bahwa wanita dapat menentukan serta memilih yang menjadi kebutuhannya dan laki-laki yang melakukan pemenuhan pemuasan kebutuhan perempuan tersebut. Majalah bersegmentasi perempuan dewasa seperti majalah *Cosmopolitan* merupakan satu diantara sekian banyak majalah yang menunjukkan kepatuhannya terhadap konsep tubuh ideal yang diciptakan oleh kapitalis. Dimana nilai sensualitas masih dipandang sebagai sentuhan wajib untuk membuatnya laku (Baria, 2005:4).

Sensualitas Tubuh Laki-laki dalam *Cosmopolitan* Indonesia

Setelah memahami mitos yang muncul pada rubrik *Man Manual* oleh Majalah *Cosmopolitan* Indonesia, sensualitas digambarkan tidak hanya dengan menonjolkan bagian-bagian tubuh tertentu agar terlihat seksi dan sensual namun juga ditunjukkan melalui penggunaan warna-warna kalem / soft seperti putih menambah kesan bersih, hadir warna cokelat sehingga terkesan elegan pada tubuh seorang laki-laki. Pada beberapa edisi, majalah ini terkesan vulgar dengan adanya dari bagian private yang sedikit tampak. Tak ayal ini

menambah kesan sensualitas yang cukup terasa dan kuat ditampilkan. Seperti, terlihatnya garis V pada bagian pinggang pria hingga terlihatnya rambut kemaluan. Nilai erotisme juga muncul pada bagian tubuh lainnya seperti wajah, paha, perut, pinggang ataupun tangan.

Teks visual pada rubrik *Man Manual* menjadikan laki-laki sebagai sumber kesenangan bagi perempuan yang tentunya meletakkan laki-laki sebagai objek. Oleh karena itu, gambar yang disajikan oleh *Cosmopolitan* lekat dengan sensualitas dan pornografi. Berbeda dengan kebanyakan media yang menampilkan perempuan sebagai bahan komoditas. Sensualitas pada tubuh laki-laki ditunjukkan pada tubuh laki yang ideal, *fresh* dan muda yang dikemas dalam sebuah gaya hidup metroseksual. Selain itu, laki-laki juga dijadikan sebagai komoditas seks dan seksualitas oleh kapitalisme global. Terlihat dari asal majalah *Cosmopolitan* Indonesia yang merupakan afiliasi dari media asing dari Majalah *Cosmopolitan* Internasional dari Amerika Serikat.

Dilihat dari perawakan model dalam gambar mencerminkan sebuah laki-laki yang ideal menurut pandangan media. Dalam konteks ini yaitu Majalah *Cosmopolitan*. Laki-laki yang ideal merujuk pada maskulinitas. Dihadirkan melalui tubuh yang terkotak-kotak dan badan atletis. Disatu sisi teks linguistik, sensualitas digambarkan dengan menonjolkan nilai-nilai peran seksual yang berbalut maskulin. Dalam teori peran seksual, lelaki diasosiasikan dengan karakter yang agresif, rasional, dominan dan objektif. Lalu, diturunkan menjadi sebuah kekuatan atas segalanya termasuk tubuh. Meski demikian, melalui rubrik *Man Manual* *Cosmopolitan* Indonesia tidak demikian. Laki-laki justru tampak inferior atau terlihat tidak memiliki kuasa akan apa yang biasanya dimiliki. Kekuatan yang digambarkan pada pria seolah tunduk dan hilang tergantikan dengan dominansi wanita yang secara bebas mengkonsumsi tubuh laki-laki tersebut.

Melihat pesan linguistik ini, media ingin menunjukkan dan membentuk gambaran baru. Melalui *Cosmopolitan* Indonesia mengajak pembaca yang notabennya kalangan wanita untuk lebih berani dalam memperlakukan laki-laki. Jika dikaitkan dengan konteks majalah ini yaitu di Indonesia, maka ini berguna untuk melawan patriarki. Secara tidak langsung, ingin menunjukkan bagaimana seorang wanita juga dapat melakukan hal yang sama terhadap pria, yaitu sensualitas.

Bukan lagi pada lelaki terhadap sensualitas pria melainkan perempuan terhadap laki-laki. Dalam teks ini, *Cosmopolitan* menggunakan indikasi lain dalam membentuk sensualitas.

Melalui trend media saat ini yang masih mencoba untuk mengkombinasikan makna tradisional oleh budaya Patriarki dan makna nontradisional oleh para kaum feminis dan postfeminis dalam satu karakter (Wood, Op Cit. hal 239). Dalam pandangan konstruktivisme, media massa dipahami sebaliknya. Media massa bukan hanya saluran pesan, tetapi ia juga subjek yang mengonstruksi realitas, lengkap dengan pandangan, bias, dan pemihakannya. *Cosmopolitan Indonesia* mencoba untuk menawarkan trend terbaru dan ruang yang ada di Indonesia, majalah hiburan dan gaya hidup masih didominasi oleh budaya Patriarki yang menyudutkan perempuan dan munculnya majalah khusus perempuan dan berusaha untuk melawan dominasi patriarki.

Cosmopolitan Indonesia memberikan sebuah gambaran sensualitas yang jauh berbeda dengan majalah lainnya. Penggunaan laki-laki yang terpampang tanpa berpakaian dan terlihat telanjang dada, bahkan terlihat pada beberapa bagian sensitif mengindikasikan secara jelas terlihat laki-laki digunakan sebagai objek pada sebuah majalah hiburan dan gaya perempuan dewasa. Namun secara bersamaan membawa pemahaman akan penolakan dominasi patriarki yang divualisasikan melalui rubrik *Man Manual*.

Hadirnya teks visual dan teks tulis sebagai bentuk deskripsi gambar, *Cosmopolitan Indonesia* tidak memperlihatkan dua hal yang kontras secara terpisah. Dari kedua bentuk teks saling menguatkan dan mendukung satu sama lain. Seperti yang diungkapkan oleh Roland Barthes (1984) bahwa citra jarang disajikan tanpa sejenis kata-kata yang mendampingi. Namun, memperlihatkan bahwa bahasa yang digunakan, kata-kata, kalimat, judul, mempersempit makna-makna potensial dari citra tersebut. Jika dikaitkan dengan rubrik *Man Manual*, teks yang digunakan kata-kata dan visual. sehingga makna sensualitas tubuh laki-laki yang diterima oleh pembaca lewat teks visual akan dibatasi dengan pemahaman teks linguistic (deskripsi adegan gambar) pada setiap gambar di rubric tersebut. Sensualitas yang ingin dibentuk majalah *Cosmopolitan Indonesia* tidak hanya menonjolkan daya tarik fisik saja namun juga menonjolkan karakter laki-laki yang metroseksual dan maskulin yang menjadi daya tarik lainnya.

Pengemasan sensualitas pada rubrik *Man Manual* dibuat untuk kesan yang tidak terlalu vulgar jika dikarenakan majalah ini masih fokus pada gaya hidup perempuan seperti *fashion*, *makeup*, gaya hidup, kecantikan dan tips serta trik. Selain itu, beberapa gambar yang tampak vulgar dengan menampilkan bagian sensitif mengarah pada ranah persoalan pornografi yang dianggap masih tabu oleh perempuan di Indonesia maupun masyarakat secara umum.

Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Konstruksi Sensualitas Tubuh Laki-laki Pada Media Massa (Analisis Tekstual Rubrik *Man Manual* Majalah *Cosmopolitan Indonesia*) dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama, para model laki-laki yang tampil pada rubrik tersebut adalah model laki-laki yang dianggap memiliki fisik ideal yaitu memiliki postur tubuh atletis, tinggi, *sixpack*, berotot, kekar, dan muda yang dikemas dengan gaya hidup dinamis. Semua model dalam majalah *Cosmopolitan* yang diteliti merupakan model laki-laki dengan raut wajah non pribumi (Kaukasoid, Latin, *Afro America*) dengan menonjolkan karakter laki-laki yang metroseksual dan maskulin sebagai daya tarik selain fisik.

Selanjutnya, gambar laki-laki pada rubrik *Man Manual* ini menunjukkan bahwa laki-laki pun dijadikan komoditas dan obyek seks dalam hal ini oleh perempuan sesuai dengan sasaran pembaca *Cosmopolitan Indonesia*. Dalam majalah ini, laki-laki dijadikan komoditas seks oleh media karena laki-laki di sini ditampilkan dengan pakaian yang minim dengan menonjolkan beberapa bagian tubuh dan berpose sensual.

Terakhir, *Cosmopolitan Indonesia* menyajikan sensualitas tubuh laki-laki dengan berbagai cara. Selain menonjolkan beberapa bagian tubuh seperti dada, perut, lengan, paha, lekukan V dekat area intim berserta rambut-rambut tipis yang ada di tubuh pada setiap posenya, ekspresi wajah juga dibentuk dengan kesan sensual seperti menggunakan tatapan mata menggoda dan mengerutkan bibir. Selain itu penggunaan istilah-istilah berkaitan dengan hubungan seksual sebagai teks linguistik yang menyertai teks visualnya (deskripsi adegan gambar) merupakan upaya majalah ini dalam rangka untuk menonjolkan sensualitas tubuh model laki-lakinya.

Daftar Pustaka

Baria, Ludfy. 2005. *Media Meneropong Perempuan*. Jakarta: Konsorsium Swara Perempuan (KSP) dan *The Ford Foundation*.

Bungin, Burhan. 2003. *Pornomedia: Konstruksi Sosial Teknologi Telematika dan Perayaan Seks di Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.

Channey, David. 1996. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif* (terj). Yogyakarta: Jalasutra

Halim, Syaiful. 2013. *Postkomodifikasi Media*. Yogyakarta: Jalasutra.

Macdonald, Myra. 1995. *Representing Woman: Myths of Femininity in the Popular Media*. New York : St Martin's Press Inc.

Melliana S, Annastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LkiS.

Muslich, Masnur. 2008. *Kekuasaan media massa mengonstruksi realitas*. Dalam *Jurnal Bahasa dan Seni, Tahun 36, Nomor 2, Agustus 2008*.

Myers. 1996. *Social Psychology*. The McGraw Hills Companies, Inc.

Synnott, Anthony. 2003. *Tubuh Sosial: Symbolisme, Diri, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Jalasutra.

Thwaites, Tony, Lloyd Davis & Warwick Mules. 1998. *Tools for Cultural Studies: An Introduction*. Australia: Macmillan Education Australia Pty Ltd.

Yusuf, Iwan Awaludin. 2005. *Media Kematian dan Identitas Budaya Minoritas: Representasi Etnik Tionghoa Dalam Iklan Dukacita*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.

Non Buku

Tartanto, Dhini Dewiyanti. *Disiplin tubuh Foucault, suatu pendekatan genealogi untuk menghadirkan konsep ruang kekuasaan*. Dalam *Majalah Ilmiah Unikom, Vol.6*.

Yuliasari, Ika. 2007. *Ekonomi Politik Media Majalah di Indonesia: Kajian tentang Komodifikasi Sensualitas dalam Majalah di Indonesia*. Tesis, Jakarta: Universitas Indonesia.

<http://en.wikipedia.org/wiki/Cosmopolitan>

<http://payakumbuhkota.blogspot.com/2009/06/fenomena-pria-metroseksual.html>

<http://www.suaramerdeka.com/harian/0407/24/nas07>