

**REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM VIDEO KLIP
SMASH**

**(Analisis Semiotika Representasi Pria Metroseksual Melalui Personil Band
Dalam Video Klip Smash)**

Naskah Publikasi Ilmiah

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Sebagai Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Disusun Oleh :

Sandi Arganata Qodaram

L 100 080 085

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013


HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi Untuk Diujikan
oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari : *kamis.*

Tanggal : *17-Oktober-2013*

Pembimbing I



(M. Toharudin. Spd. Ma)

Pembimbing II



(Rinasari Kusuma, M.I.Kom)

HALAMAN PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI ILMIAH

REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM VIDEO KLIP SMASH
Analisis Semiotika Representasi Pria Metroseksual Melalui Personil Band Dalam
Video Klip Smash

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

SANDI ARGANATA QODARALAM
NIM. L100080085

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal : 17 Oktober 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1.

Susunan Dewan Penguji

1. M. Toharudin, Spd. MA

2. Rinasari Kusuma, M.I.Kom

3. Nur Latifah, U. S. MA


(.....)
(.....)
(.....)

Surakarta, 25 Oktober 2013

Universitas Muhammadiyah Surakarta

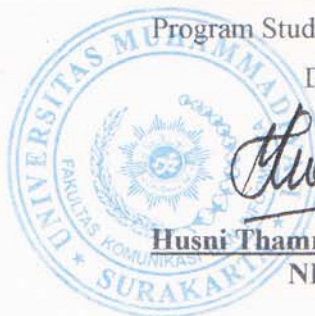
Fakultas Komunikasi dan Informatika

Program Studi Ilmu Komunikasi

Dekan,


Husni Thamrin, ST, MT, Ph.D

NIK. 706



ABSTRAKSI

REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM VIDEO KLIP SMASH

(Analisis Semiotika Representasi Pria Metroseksual Melalui Personil Band
Dalam Video Klip Smash)

SANDI ARGANATA QODARALAM

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika

Unviersitas Muhammadiyah Surakarta

Email : Sarganata@yahoo.com

Abstraksi

Di tuntut dengan gaya hidup yang lebih maju dunia pada akhirnya melahirkan tipikal pria metroseksual. smash merupakan suatu grup band musik yang terkenal di Indonesia. Dalam pengemasan video klipnya terdapat simbol-simbol yang mengandung unsur pria metroseksual. Lantas bagaimana pria metroseksual digambarkan pada video klip Smash.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut penelitian ini menggunakan Metode diskriptif kualitatif dengan analisis Semiotika Roland Barthes yang mengkaji pemaknaan simbol pada beberapa tahap yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Fokus penelitian ini mengarah pada visualisasi gambar yang merepresentasikan pria metroseksual melalui empat video klip yang berjudul *I Heart U*, *Rindu Ini*, *Pahat Hati*, *Senyum Semangat*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa simbol pria metroseksual ditampilkan secara beragam pada ke-empat video klip yang diteliti. Simbol-simbol tersebut merupakan suatu konstruksi identitas dari para personil grupband Smash. Secara umum simbol dikategorisasikan menjadi tiga yaitu Pakaian, Gaya Rambut, Aksesoris. Sedangkan secara detail terdapat 14 simbol yang direpresentasikan yaitu :Jas (*Tuxedo*), Motif *stripes*, Motif *scream*, Berkerah "V", Gaya Rambut Berponi, *Emo*, *mohawk*, cepak, Aksesoris Anting, Cincin, Kacamata hitam, Topi *Bowler*, Kalung *Power Balance* dan Kawat Gigi.

Kata Kunci

Representasi, Pria Metroseksual, Video Klip Smash.

ABSTRACT

REPRESENTATION METROSEKSUAL MALE IN VIDEO CLIP OF SMASH (Semiotics Analysis Representation of Metroseksual Male from Personnel Band in Video Clip Smash)

SANDI ARGANATA QODARALAM

Department of communication studies, faculty of communication and information
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Email : Sarganata@yahoo.com

Abstract

In demand with more advanced lifestyle that eventually gave birth to the world typical metroseksual man. Smash is a musical band which is famous in Indonesia. In their music video packaging are symbols that contain element of the metroseksual man. Then how metroseksual man depicted in video clip of smash.

To answer these question, this research uses descriptive qualytative method using Roland Barthers Semiotics analysis that exemine the meaning of the symbols on several stages, denotation, connotation, and myth. The focus of this research is led the visualization of images that represent the metroseksual man from four video clips, entitled *I Heart U*, *Rindu Ini*, *Pahat Hati*, *Senyum Semangat*.

The result of this research showed that men metroseksual symbols displayed on a variety on the four of video clips are studied. These symbols is an contruction of the identity of the band smash personnel. In generally symbols are categorized into three is clothes, hair styles, accessories. meanwhile, in detail there are 14 symbols that represented are : coat (*tuxedo*), *stipes* motif, *scream* motif, "V" shirt band, ponytail hairstyle, *emo*, *mohawk*, smacking, earring accessories, ring, black glasses, *bowler* hat *power balance* necklace and braces.

Key Word

Representation, metroseksual men, video clips smash.

1) Latar Belakang Masalah

Mark Simpson pada tahun 1994 mendefinisikan metroseksual sebagai sosok pria yang mencintai dirinya sendiri. Metroseksual adalah sosok pria muda yang memiliki uang untuk berbelanja dan tinggal di kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dll. Karena di kota-kota besar dapat dengan mudah ditemukan supermarket, pusat kebugaran dan penata rambut terbaik (Kartajaya, 2006:290)

Salah satu ciri-ciri dari pria metroseksual adalah mereka selalu mengikuti perkembangan *fashion* dan peduli dengan yang namanya penampilan (Kartajaya, 171: 2007). Fashion dapat didefinisikan sebagai bentuk dari cara berpakaian.

Fashion merupakan semacam kode berpakaian “macro” yang menetapkan standart gaya menurut

usia, gender, kelas sosial, dan lain sebagainya (Danesi, 2010:267).

Video klip sangatlah berhubungan dengan *fashion*, tidaklah jarang kita selalu menjumpai artis-artis yang terkenal didalamnya, baik artis pria maupun perempuan mereka seringkali mengandalkan *fashion* untuk membuat mereka dan musik tersebut lebih terlihat menarik.

Dalam media massa kita baik Televisi, Tv Kabel, Film, Video Klip, Internet dan lain sebagainya banyak ditampilkan pria-pria ala metroseksual secara *fashion*, hal ini membuat kita seolah terbiasa melihat pria yang berpakaian rapi terlihat bersih, berpenampilan menarik. Rasanya sulit untuk membedakan antara pria tulin dengan pria metroseksual secara *fashion* pada era moderen saat ini.

Salah satu grup musik yang sedang populer di Indonesia adalah smash. Smash (*Seven Men As Seven Heroes*), mereka adalah salah satu grup band modern pada saat ini dan biasanya disebut sebagai *boyband*, *boyband* ini lahir pada tanggal 10 april 2010 di kota Bandung, Jawa Barat. Smash merupakan pelopor kebangkitan *boyband* dan musik beraliran k-pop di Indonesia.

Adapun rumusan masalah sebagai berikut “Bagaimana pria metroseksual di representasikan dalam video klip smash yang berjudul *I Heart U*, Patah Hati, Senyum Semangat, Rindu ini”.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimanakah pria Metroseksual direpresentasikan dalam video klip Smahs yang

berjudul *I Heart U*, Pahat Hati, Senyum Semangat, Rindu Ini.

2) Tinjauan Pustaka

a) Komunikasi massa

Komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang di tunjukan kepada *massa yang abstrak*, dengan kata lain tidak dapat diketahui secara pasti antara siapa komunikan dan siapa kominkatornya (Effendy, 1993:50).

Pengertian komunikasi massa dipengaruhi oleh suatu media massa untuk membuat suatu produksi secara massal untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang besar. Kata massa merupakan suatu makna yang mengacu pada sesuatu yang tidak terbentuk dengan pasti, yang sulit dibedakan antara satu dengan yang lainnya (Mcquail,1989:33).

b) Video Klip Sebagai Bentuk Komunikasi Massa.

Video klip merupakan suatu bentuk dari komunikasi massa dikarenakan terdapat unsur media sebagai penghubung antara penyampai pesan dan penerima pesan.

Video merupakan suatu program cangkakan yang meminjam beberapa unsur dari media lain seperti film dan televisi untuk mendukung isi dan bentuknya, buku dan musik untuk kepentingan distribusinya (McQuail,16:1987).

c) Gender Dalam Maskulintas

Peran gender cenderung dikonstruksi oleh kebudayaan dan pada akhirnya melahirkan konsep baru yang dikenal dengan istilah maskulinitas. Maskulin merupakan sebuah konstruksi dari sifat kelakian. Berbagai aturan dan atribut

budaya diterima seseorang laki-laki ketika lahir melalui ritual adat, teks agama, pola asuh, jenis permainan, tayangan televisi, dan lain sebagainya (Demartoto, 2010:1).

Secara tidak tertulis terdapat aturan-aturan tertentu yang mengatakan bahwa lelaki identik dengan kekerasan, rokok, alkohol. Dan segala sesuatu yang berbau perempuan dilarang keras oleh kaum maskulinitas.

d) Metroseksual

metroseksual terdiri dari dua kata “*metro*” artinya kota, sebagai temoat tren ini terpusat, sedangkan “*seksual*” berkonotasi preferensi jenis kelamin, maksudnya pria yang lebih menonjolkan sisi feminimnya (Kartajaya, 2006:292).

Ciri-ciri pria metroseksual (1). Menurut (Dermatoto,2010:8). mengagungkan fashion, mereka

berasal dari kalangan menengah keatas, Peduli dengan gaya hidup yang teratur, detail, perfeksionis.

(2) (Kartajaya, 2006:290).

berprofesi sebagai model, pelayan meja, media, artis musik pop dan olahragawan, menikmati suasana belanja sebagai rekreasi, Memiliki kemampuan komunikasi dan interpersonal yang baik dengan orang lain, Lebih senang mengobrol dari rata-rata pria lain, dikelilingi oleh banyak teman wanita, Metroseksual adalah seseorang Memancarkan sosok sensualitas yang lembut.

(3) (Kartajaya, 2007:170).

Mereka genit karena pesolek tulen dan paling suka merawat diri. Mereka *intens* mengikuti perkembangan fashion, klimis, paling peduli dengan namanya penampilan, memasang

kawat gigi, melakukan operasi plastik

(4) Ciri-ciri pria metroseksual dari hal yang melatar belakang David Beckham sebagai pelopor pria metroseksual di dunia : Mengikuti perkembangan trend rambut, Menggunakan aksesoris anting, kalung, perhiasan dan lain sebagainya (Kartajaya, 2010:292).

e) Semiotika

Semiotika merupakan suatu ilmu yang mempelajari tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, mulai dari cara berfungsinya tanda tersebut hingga sangkut pautnya dengan tanda yang lainnya.

Semiotika mempelajari suatu sistem, aturan dan konvensi yang mempunyai dugaan bahwa sebuah tanda memiliki arti tertentu (Kriyantono, 2010:265).

Tanda merupakan suatu pegangan seseorang dari keterkaitannya dengan tanggapan dan kapasitasnya (Berger, 2010:1).

3) Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan diskriptif kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes dan fokus pada Visualisasi Gambar yang mempresentasikan simbol pria metroseksual dalam video klip smash.

4) Hasil Dan Pembahasan

Pada pembahasan ini peneliti menganut faham Semiotika Roland Barthes yang mengacu pada pemaknaan dari dua tahap Denotasi (tahap pertama) dan Konotasi (tahap kedua).

Hasil penelitian menunjukkan beberapa katagorisasi dari pria

metroseksual yang diantaranya sebagai berikut :

a) Jas (*Tuxedo*)

Pria mengenakan jas secara tidak langsung ingin menunjukkan kesuksesannya. Karna pada dasarnya jas biasa digunakan oleh pekerja kantor ataupun pengusaha sukses.

Kepopuleran jas awalnya di kenalkan pada tahun 1860 oleh Henry Poole & Co. Yang hendak membuat setelan khusus *Short Smoking Jacket* bagi Pangeran Inggris, Edward VII (Nugroho:2013).

Di tahun 2002 pakaian jenis ini kembali dijadikan harta karun yang berharga dalam film yang berjudul "*The Tuxedo*" yang dibintangi oleh aktor kondang *Jacki Chan*.

b) Motif *Stripes*

Penggunaan motif stripes seolah mengubah stereotype kita. Pada dasarnya motif tersebut merupakan motif narapidana, baju tahanan, sehingga jika ada yang melihatnya akan berfikir bahwa motif hitam-putih tidak hanya motif yang digunakan oleh narapidana saja melainkan sebuah perkembangan trend motif berpakaian masa kini.

Warna hitam putih bahwasanya warna tersebut berasal dari suatu kesatuan clup sepak bola asal Italia yaitu Juventus. Seragam ini dikenakan pada tahun 1905 dan populer hingga sekarang (Putra:2013).

c) **Motif scream**

Sceram memiliki arti menjerit, seperti terlihat gambar sesosok kepala dengan posisi mulut terbuka lebar. Menjerit bukan berarti dari mulut gambar scream,

melainkan dari mulut seseorang yang sedang melihat gambar tersebut. berteriak juga bisa mengartikan sebagai rasa takut, kaget, kagum, dan senang.

Lantas pria pada gambar diatas seolah ingin menggambarkan kepopuleranya sebagai seorang penyanyi yang tentunya memiliki banyak penggemar dan akan menjerit jika melihatnya. Tidak diragukan lagi kepopuleran Smash dengan aksi panggungnya menuai banyak perhatian dari para kalangan remaja terutama yang dimayoritasi oleh kaum hawa.

Motif *Scream* terinspirasi oleh sebuah lukisan tua yang diberi nama "*The Scream*" lukisan ini lahir pada tahun 1883 yang merupakan buah tangan dari seorang seniman yang bernama Erward Munch . (Tanjung: 2013).

Ketenaran lukisan tersebut menjadi inspirasi pada industri perfilman salah satunya adalah film yang berjudul "*Scream*".

d) Berkerah "V"

Pakaian berkerah V memberikan pemaknaan tentang pria yang ingin menunjukkan sisi sensualitasnya. Seorang pria yang ingin dikatakan Seksi dengan menunjukkan belahan dadanya dengan mengenakan pakaian berkerah "V". Rasanya merupakan sebuah ketidakwajaran ketika seorang pria berusaha menunjukkan belahan dadanya.

Pemerintah Malaysia menyatakan pria bisa dikatakan *gay* atau pecinta sesama jenis jika memiliki ciri-ciri yang salah satunya adalah mengenakan pakaian yang berkerah V. Pecinta sesama jenis di Malaysia sangat dilarang keras karena hal tersebut merupakan suatu

pelanggaran dari hukum alam (Panggabean: 2013).

Gaya pakaian *V-neck* populer sejak dikenakan Prince of Wales di tahun 1980-an. Perempuan (Vina:2013).

e) Gaya Rambut Berponi

Pria berambut poni dapat diartikan bahwa pria tersebut merupakan pria yang beraliran musik "*emotional*" atau dikenal dengan istilah emo karena bermain musik merupakan salah satu cara mengungkapkan isi jiwa dari karakter yang memainkannya. emo merupakan sebuah aliran musik yang beraliran *Hardcore* dan *Punk*. Sedangkan kata "emo" diberikan oleh kalangan media Emo berangkat dari tahun 1980-an tepatnya setelah bubarnya Minor Threat pada Khir 1983 (Royen:2012,1). Terdapat tiga

ciri gaya rambut ala emo yaitu *black*, *asimetris* dan *straight* (erpin:2100,2).

f) Mowhawk

Rambut mowhak identik dengan *punk*. *Punk* merupakan sebuah aliran musik yang didasari atas perpaduan vocal berteriak-teriak, di iringi irama musik yang cepat serta volume yang keras. Sehingga terciptalah ruang bebas berekspresi para pemuda ingris untuk bebas berekspresi. (Pickles :2000, 15).

Punk tidak hanya sebuah aliran musik saja melainkan sebuah wadah untuk mengeluarkan luapan emosi dan frustasi para kaum muda. Kaum ini memiliki visi dan misi yaitu melanggar tata aturan yang ada pada saat itu dan mengembangkan sebuah budaya pemuda yang anti kemapanan dan tidak menyamakan dirinya dengan masyarakat pada umumnya (Pickles :2000, 16). David.

g) Gaya Rambut Cepak

Gaya rambut cepak memiliki ukuran yang sama pada tiap sisi potonganya. Pria menggunakan potongan rambut ini dapat digambarkan seorang pria dengan gaya hidup yang teratur, pria yang menjunjung disiplin tinggi, taat peraturan. Karna potongan rambut cepak biasanya digunakan oleh para anggota polri dan militer.

Kepopuleran rambut cepak salah satunya dipelopori oleh Ferdy Hassan.

h) Ekor Kuda

Pria dengan gaya rambut berekor kuda menandakan aktivitas yang sporti. seseorang melakukan kegiatan berolahraga dengan rambut panjang yang tergerai akan terasa sangat mengganggu tentunya.

Rambut bergaya ekor kuda sudah ada sejak tahun 1645, ketika

Raja dinasti Han mewajibkan semua orang dari bangsa Han memotong rambut bagian depannya dan menysisakan rambut bagian belakang dan mengikatnya (Link:2013).

i) Aksesoris Anting

Pria mengenakan anting dapat dikatakan sebagai pria yang garang, pria yang tergabung dalam suatu organisasi Punk, Emo. yang terkenal sebagai organisasi penikmat aliran musik keras atau para penggemar musik keras. Anting diperkirakan lahir dari masa 3500 SM yang bertempat di Mesopotamia. Perhiasan ditelinga ini sempat mengalami masa redup di abad ke-17. Kejayaan anting kembali setelah ditemukan cara menjepitkan anting pada telinga, sehingga jika mengenakanya tidak perlu merasakan sakit terlebih dahulu yang

tepatnya pada abad ke-20. (Inayah:2012).

j) Cincin

Pria mengenakan cincin melambangkan pria yang mempunyai kedudukan tinggi, pengaruh, kontrol, serta kekuasaan. Karena gambaran cincin secara umum dapat dikaitkan dengan Pernikahan. Otomatis jika seorang pria sudah menikah akan menjadi kepala keluarga.

Fungsi dari cincin sebenarnya tergantung pada kebudayaan yang ada dimasyarakat. Misalnya pada mesir kuno, cincin hanya digunakan bagi para bangsawan. Di irlandia cincin dianggap sebagai perlambangan orang yang masih singel atau jomblo. Di Roma beberapa cincin digunakan sebagai simbolisasi religius. Di amerika jenis-jenis cincin tertentu

mempertandakan keperawanan. (Energetic:2013).

k) Kaca-mata Hitam

Pria berkacamata hitam menunjukkan kehidupan modern, kehidupan yang ada ditengah kota. Di tengah kota kaca tersebut memiliki tujuan untuk menghalangi sinar matahari, debu, asap masuk secara langsung pada mata.

Awal mulanya kacamata berfungsi sebagai alat pembesar pengelihatan yang dimiliki oleh masyarakat dikota kuno bernama Niniwe dan terbuat dari bahan kristal. Selanjutnya ditemukanya kacamata *bifokus*, yang memiliki lensa cembung dan lensa cekung sekaligus dalam satu bingkai. Kacamata *bifokus* pertama kali dibuat oleh Benjamin Franklin pada tahun 1784. (Aly:2013).

l) Topi Bowler

Penggunaan topi bowler menunjukan identitas pria yang sukses. Di inggris topi *bowler* tersebut biasanya dikenakan pada orang dengan kalangan kelas pekerja menengah keatas. topi ini mulai dikenalkan dan populer di inggris pada tahun 1849 (Yahud : 2013).

kepopulran topi jenis ini diawali oleh artis komedian Carli Caplin pada tahun 1914 yang membintangi film bisu yang berjudul Making A Living (Hira:2013).

m) Gelang *Power Balance*

Penggunaan PB gelang seolah menggambarkan dirinya sebagai seorang olahragawan. Kegiatan para *boyband* ini adalah menari. Menari juga merupakan suatu bentuk dari olah. Gelang tersebut merupakan inovasi dari dunia kesehatan yang diyakini dapat

meningkatkan kesehatan dan keseimbangan tubuh.

Gelang PB lahir pada tahun 2007 yang diciptakan oleh 2 bersaudara kakak beradik Troy dan Josh Rodarmel. Awal mulanya gelang ini ditujukan untuk para atlet olahragawan disamping desainnya yang menarik gelang ini juga simpel jika kita melihat dari berbagai fungsinya. Namun lambat laun pengguna gelang ini tidak didominasi kalangan atlet saja melainkan kalangan umum juga ikut memakainya (Efendi : 2011).

n) Kawat Gigi (Behel)

Penggunaan kawat gigi menggambarkan pria yang ingin terlihat rapi dan perfeksionis..

Kawat gigi merupakan sebuah alat yang memiliki fungsi untuk membantu, membenahkan atau menyempurnakan posisi gigi yang

berantakan, bertumpuk maupun gigi goyah.

Kawat gigi sudah ada sejak tahun 400-500 SM gagasan ini timbul dari pemikiran Hippocrates dan Aristoteles yang ingin dapat memperbaiki berbagai masalah yang timbul pada gigi. Penemuan di Roma menunjukkan adanya mayat dengan peralatan untuk mencegah gigi tanggal, kawat tersebut kemudian didokumentasikan pada sebuah makam romawi di Mesir (Angellina:2013).

Jaman sekarang kawat gigi tidaklah sebagai sebuah alat. Melainkan sebagai gaya hidup yang modern hal ini merupakan suatu kontruksi pemikiran yang dibangun dalam masyarakat modern bahwa seorang yang cantik atau rupawan adalah mereka yang memiliki gigi

rata dan proporsional (Angellina:2013).

5) Kesimpulan dan Saran

Simbol simbol yang merepresentasikan pria metroseksual yang terlihat dan berhasil dianalisis pada video klip smash antara lain sebagai berikut :

- a). Dalam katagori pakaian terdapat Jas (*Tuxedo*), Bermotif Stripes, Motif scream, berkerah V.
- b). Dalam katagori gaya rambut terdapat gaya rambut Berponi, mowhawk, Ekor Kuda, Cepak.
- c). Dalam katagori aksesoris terdapat penggunaan anting, cincin, gelang *power blance*, Topi *bowler*, Kacamata hitam dan Kawat gigi (Behel).

Adapun saran dari penulis adalah sebagai berikut :

- a). Bagi Komunikator

Berhati-hati dalam menggunakan simbol, karena pada

kenyataannya pengemasan dalam media massa selalu menjadi tolak ukur seseorang dalam *fashion* dan gaya hidup.

- b). Bagi Komunikasikan

Masyarakat diharapkan lebih memahami pemaknaan dan penggunaan simbol yang terkait dengan *fashion*.

- c). Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan metode analisis sama tetapi dengan objek yang berbeda atau dengan metode analisis yang lain seperti Analisis Isi, Wacana, Fenomenologi dan masih banyak lagi.

Daftar Pustaka

Buku

Berger, Arthur Asa. 1984. *Sign Contemporary Culture: An*

- Introduction To Semiotict.*
Penerjemah M. dwi Marianto
(ISI Yogyakarta). 2010.
*Tanda-Tanda Dalam
Kebudayaan Kontenporer.*
Edisi Pertama. Tiara Wacana.
- Bugin, Burhan. 1987. *Erotika Media
Massa.* Penerjemah Ums.
2001. *Erotika Media Massa,*
Edisi Pertama. Surakarta
Ums.
- Danesi, Marcel. 2010. *Pesan, Tanda
Dan Makna.* Yogyakarta :
Jalasutra.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993.
Dinamika Komunikasi.
Bandung Rosdakarya.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Budaya
Populer Sebagai Komunikasi.*
Yogyakarta: Jalasutra.
- Kartajaya, Hermawan dkk. 2006.
Marketing In Venus. Jakarta :
Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Riset
Komunikasi : Disertai
Contoh Praktis Riset Media,
Public Relation, Advertising,
Komunikasi Organisasi,
Komunikasi Pemasaran.*
Jakarta : Kencana.
- McQuail, Denis. 1987. *Teori
Komunikasi Massa.*
Penerjemah Agus Dharma
dan Aminuddin Ram. 1989.
Jakarta : Erlangga.
- Shobron, Sudarsono dkk 2010. *Studi
Islam 3.* Surakarta : LPID.
- Jurnal**
- Dermatoto, Argyo. 2010. *Konsep
Maskulintas Dari Jaman ke
Jaman Dan Citranya Dalam
Media.*
- Erpin, Ervinemoz. 2010. *Fashion
Emo Scene.* 22. 09. 2010.
UMM.
- Skripsi**
- Pickles, Joanna Margaret. 2000. *Dari
Subkultur Ke Budaya
Perlawanan: Aspirasi Dan
Pemikiran Sebagian Kaum
Punk/Hardcore Dan
Skinhead DIY Yogyakarta
Dan Bandung.* Tugas studi
lapangan untuk memenuhi
progam Acicis di UMM. Di
Publikasikan.
- E-Books**
- Kartajaya, Hermawan. 2007.
Markplus on Marketing.
<http://books.google.co.id/books?id=MOQzIrh1pecC&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>. Diakses
pada 9-09-2013 pukul 13:45
- Internet**
- Aly. 2011.
<http://www.websejarah.com/2011/08/sejarah-dan-penemuan-kaca-mata.html>.
Di akses pada tanggal 11-09-
2013 pukul 09 : 25.
- Angenllina, Intan Ayu. 2013. *Sejarah
Kawat Gigi.*
<http://klosetide.wordpress.com/2012/03/01/kawat-gigi-dari-romami-sampai-mudamudi-masa-kini/>. Di akses
pada tanggal 09-09-2013
pukul 20 : 00
- Efendy, Achmad. 2011.
<http://cakpendik.blogspot.com/2011/01/ini-dia-sang-penemu-gelang-power.html>.
Di akses pada tanggal 14-09-
2013 pukul 20 : 25.
- Energic, Art. 2013.
<http://artenergic.blogspot.com/2013/01/asal-usul-perhiasan.html>. Di akses pada
tanggal 11-09-2013 pukul 15
: 30.

- Inayah, Nurul. 2012.
<http://www.nurulinayah.com/2012/07/sejarah-anting.html>.
Di akses pada tanggal 11-09-2013 pukul 11 : 10.
- Link, Perma. 2013
<http://wisbenbae.blogspot.com/2013/01/sejarah-rambut-ekor-kuda.html>. Di akses pada tanggal 16-09-2013 pukul 20 : 25.
- Nugroho, Andi. 2013. *Sejarah Munculnya Jas (Tuxedo)*.
<http://tau-sejarah.blogspot.com/2013/02/sejarah-munculya-jas-tuxedo.html>. Diakses pada 10-9-2013 pukul 21:30.
- Panggabean, vincent asido. 2013.
<http://www.merdeka.com/dunia/lelaki-pakai-baju-berkerah-v-dianggap-gay-di-malaysia.html>. Di akses pada tanggal 12-09-2013 pukul 20 : 25.
- Putra, Fals. 2013. <http://blog-rye.blogspot.com/2013/01/sejarah-juventus.html>. Di akses pada tanggal -18-2013 pukul 14 : 25.
- Tanjung, Agib. 2013.
<http://m.merdeka.com/peristiwa/misteri-lukisan-rp-11-t-diyakini-terilhami-dampak-krakatau.html>. Di akses pada tanggal 18-09-2013 pukul 12 : 00
- Yahud, Yopimemang. 2011.
<http://yopimemangyahud.blogspot.com/2011/10/sejarah-topi-terpopuler-di-dunia.html>