



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM DRAMA TV  
KOREA *YOU'RE BEAUTIFUL***

**TESIS**

**DESI OKTAFIA FRIBADI  
0906587552**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA  
PROGRAM STUDI ILMU SUSASTRA  
DEPOK  
JANUARI 2012**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM DRAMA TV  
KOREA *YOU'RE BEAUTIFUL***

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister  
Humaniora**

**DESI OKTAFIA FRIBADI  
0906587552**

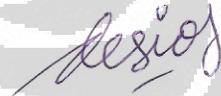
**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA  
PROGRAM STUDI ILMU SUSASTRA  
DEPOK  
JANUARI 2012**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa tesis ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Depok, 25 Januari 2012



**Desi Oktafia Fribadi**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Desi Oktafia Fribadi**

**NPM : 0906587552**

**Tanda Tangan : *Desi***

**Tanggal : 25 Januari 2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis yang diajukan oleh :  
 Nama : Desi Oktafia Fribadi  
 NPM : 0906587552  
 Program Studi : Ilmu Susastra  
 Judul : Representasi Maskulinitas dalam Drama TV Korea  
*You're Beautiful*

**Ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Humaniora pada Program Studi Ilmu Susastra, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Tommy Christomy, PhD (.....)

Pembimbing II : Junaidi, M.A (.....)

Penguji : Dr. Mina Elfira (.....)

Penguji : Rostineu, M.A (.....)

Ditetapkan di : Depok  
 Tanggal : 25 Januari 2012

Oleh,

Dekan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya  
 Universitas Indonesia

  
Dr. Bambang Wibawarta

NIP : 196510231990031002

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan proses penulisan tesis. Penulisan tesis ini mendapat bantuan dan bimbingan dari banyak pihak, oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

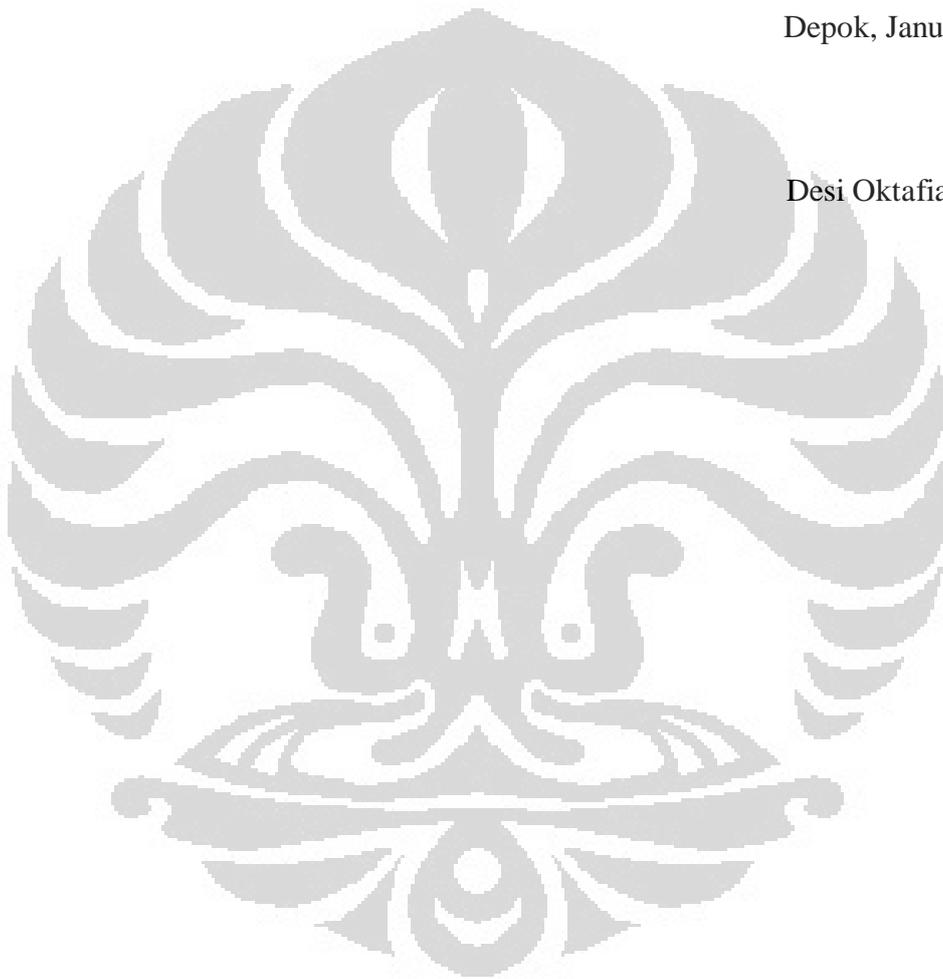
- Dr. Bambang Wibawarta, selaku Dekan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya.
- Bapak Tommy Christomy, yang telah bersedia memberikan waktu dan membimbing saya, terima kasih atas semua masukannya.
- Bapak Junaidi, yang telah memberikan bimbingan sepanjang pengerjaan tesis ini. Terima kasih atas segala masukan, dorongan, dan dukungannya, serta kesabarannya mulai dari awal hingga akhir penulisan tesis ini.
- Ibu Mina Elfira dan Ibu Rostineu, selaku penguji atas masukan yang berguna bagi pengerjaan tesis ini.
- Kepada seluruh dosen pengajar *cultural studies*, terima kasih atas semua pengajaran yang menambah pengetahuan saya akan ilmu ini.
- Kedua orang tua, serta kakak dan adik-adikku, terima kasih atas pengertian dan doanya selama ini.
- Teman-teman *cultural studies*; Nina, Lidya, Eva, dan Mba Evellyn, atas dukungan, doa, masukan-masukan, serta waktunya untuk mendengarkan segala keluhan.
- Dyah dan Renin, terima kasih atas doa dan dukungannya, serta masukan-masukannya.

- Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, namun terima kasih atas segala dukungan dan doanya.

Akhir kata, saya menyadari bahwa tesis ini masih mengandung banyak kekurangan. Namun semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama *cultural studies*.

Depok, Januari 2012

Desi Oktafia Fribadi



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desi Oktafia Fribadi  
NPM : 0906587552  
Program Studi : Ilmu Susastra  
Departemen : Susastra  
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya  
Jenis karya : Tesis

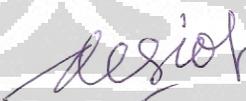
demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Representasi Maskulinitas dalam Drama TV Korea *You're Beautiful***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 25 Januari 2012  
Yang menyatakan



(Desi Oktafia Fribadi)

## ABSTRAK

Nama : Desi Oktafia Fribadi  
Program Studi : Ilmu Susastra  
Judul : Representasi Maskulinitas dalam Drama TV Korea *You're Beautiful*

Tesis ini merupakan penelitian tentang maskulinitas yang direpresentasikan dalam drama TV Korea *You're Beautiful* (2009) yang pernah ditayangkan di Indosiar pada tahun 2010. Dalam sepuluh tahun terakhir, drama TV Korea beserta bintangnya menjadi fenomena di kawasan Asia Timur dan Tenggara. Drama TV Korea merupakan salah satu produk kebudayaan populer yang memicu *Korean Wave*. Drama TV digemari dan dikonsumsi oleh remaja putri dan wanita dewasa karena pencitraan aktor-aktornya yang tampan dan menarik. Sebanyak 10 episode dari 16 episode yang ada dianalisis dengan menggunakan teori semiotika Barthes dan dengan menggunakan model analisis milik Moon dan Jung mengenai maskulinitas dalam masyarakat Korea Selatan. Melalui analisis data visual dan dialognya, diketahui bahwa maskulinitas yang direpresentasikan dalam drama ini merupakan maskulinitas hibriditas dari elemen-elemen maskulinitas global seperti maskulinitas *bhisonen* Jepang, maskulinitas metroseksual Hollywood, serta maskulinitas tradisional Konfusius. Dengan sendirinya maskulinitas hibriditas tersebut menjadikannya sebagai maskulinitas baru dalam masyarakat Korea saat ini.

Kata kunci : representasi, maskulinitas, drama TV, *Korean Wave*

## ABSTRACT

Name : Desi Oktafia Fribadi  
Study Program: Literary Studies  
Title : Representation of Masculinity in Korean TV Drama *You're Beautiful*

This thesis examines masculinity represented on Korean TV drama entitled *You're Beautiful* (2009). The drama was aired on Indosiar in 2010. In the past ten years, Korean TV drama and its stars became a phenomenon in East Asia and Southeast Asia. Korean TV drama is one of the products of popular culture that triggers the Korean Wave. TV drama is popular amongst teenage girls and adult women and it is consumed because of the image of handsome and attractive actors. A total of 10 episodes of 16 episodes are analyzed by using Barthes's mythology and a model analysis of masculinity in South Korean society developed by Moon and Jung. From visual and textual analysis, it is known that masculinity represented in this drama is a hybrid masculinity comprises of Japan's *bishonen* masculinity, Hollywood's metro sexual masculinity and traditional masculinity of Confucian. In this way, hybrid masculinity itself can be seen as a new masculinity in Korean contemporary society.

Keywords : representation, masculinity, TV dramas, Korean Wave

## DAFTAR ISI

Halaman Surat Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	i
Halaman Pernyataan Orisinalitas .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah untuk Kepentingan Akademis.....	vi
Abstrak/Abstract.....	vii
Daftar Isi.....	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kemaknawian Penelitian .....	13
1.5 Batasan Penelitian .....	15
1.6 Metodologi Penelitian.....	16
1.6.1 Sumber Data .....	16
1.6.2 Pendekatan.....	16
1.6.3 Langkah-langkah Penelitian.....	17
1.7 Konsep yang Digunakan.....	18
1.8 Sistematika Penulisan.....	20
<b>BAB 2 MASKULINITAS DALAM <i>CULTURAL STUDIES</i> .....</b>	<b>21</b>
2.1 <i>Cultural Studies</i> .....	21
2.2 Teori dan Pendekatan .....	24
2.2.1 Pendekatan dalam <i>Cultural Studies</i> .....	24
2.2.1.1 Representasi.....	24
2.2.1.2 Identitas.....	27
2.2.1.3 Teori Paska-strukturalis Semiotika Barthes .....	29
2.3 Studi Tentang Maskulinitas .....	32
2.3.1 Konstruksi Gender: Maskulinitas .....	32

2.3.2 Peran Pria dan Maskulinitas .....	33
2.3.3 Peran Pria dan Maskulinitas dalam Kebudayaan Populer .....	37
2.4 Model Analisis Maskulinitas .....	39

### **BAB 3 KEBUDAYAAN TRADISIONAL DAN KEBUDAYAAN POPULER KOREA .....**

<b>3.1 Korea Selatan .....</b>	<b>41</b>
3.1.1 Struktur Sosial Masyarakat Korea .....	42
<b>3.2 Kebudayaan Populer Korea .....</b>	<b>44</b>
3.2.1 <i>Korean Wave</i> di Asia Timur dan Tenggara.....	47
<b>3.3 Maskulinitas dalam Masyarakat Korea Selatan .....</b>	<b>51</b>
3.3.1 Elemen-elemen Global Pembentuk Maskulinitas Hibriditas Korea Kontemporer .....	51
3.3.1.1 Maskulinitas Jepang: <i>Bishonen</i> .....	51
3.3.1.2 Maskulinitas Hollywood: Metroseksual.....	52
3.3.1.3 Maskulinitas Konfusianisme: <i>Seonbi</i> .....	53
3.3.2 Maskulinitas dalam Masyarakat dan Kebudayaan Populer Korea .....	54

### **BAB 4 REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM DRAMA TV KOREA YOU'RE BEAUTIFUL .....**

<b>4.1 Analisis Data Visual: Representasi Maskulinitas dalam Drama TV <i>You're Beautiful</i> .....</b>	<b>67</b>
4.1.1 Analisis Data Episode 1 .....	67
4.1.2 Analisis Data Episode 2 .....	71
4.1.3 Analisis Data Episode 3 dan 5 .....	74
4.1.4 Analisis Data Episode 4 .....	80
4.1.5 Analisis Data Episode 6 dan 11 .....	82
4.1.6 Analisis Data Episode 13 .....	86
4.1.7 Analisis Data Episode 14 dan 15a .....	88
4.1.8 Analisis Data Episode 15b.....	91
<b>4.2 Analisis Data Teksual.....</b>	<b>95</b>
4.2.1 Analisis Data Teks Episode 1 .....	95
4.2.1.1 Mitos menjadi bintang idola harus merubah penampilan.....	95
4.2.1.2 Mitos trend pria tampan.....	98
4.2.2 Analisis Data Teks Episode 2: Mitos popularitas .....	100

4.2.3 Analisis Data Teks Episode 13: Mitos bintang idola mempertahankan kepopulerannya.....	102
4.2.4 Analisis Data Teks Episode 15 .....	103
4.2.4.1 Mitos dampak terhadap <i>Korean Wave</i> jika identitas terbongkar ..	103
4.2.4.2 Mitos maskulinitas hanya melekat pada pria.....	104
4.3 Temuan .....	106
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>109</b>
5.1 Kesimpulan .....	109
5.2 Saran .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>114</b>
<b>Lampiran A – Data Drama TV .....</b>	<b>118</b>
<b>Lampiran B – Sinopsis .....</b>	<b>119</b>
<b>Lampiran C – Karakter <i>You're Beautiful</i> .....</b>	<b>121</b>
<b>Lampiran D – Scene dan dialog yang digunakan dalam analisis .....</b>	<b>123</b>

## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

### DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Representasi maskulinitas dan mitos-mitos yang berkembang .....	108
---	-----

### DAFTAR GAMBAR

Gb. 3.1 Peta wilayah Korea Selatan.....	41
Gb. 4.1 Mi-Nyu di dalam kamar mandi .....	68
Gb. 4.2 Mi-Nyu yang berperan sebagai Mi-Nam dalam konferensi pers .....	69
Gb. 4.3 Anggota A.N.Jell berada di antara patung-patung .....	72
Gb. 4.4 Gaya berbusana Tae-Kyung.....	74
Gb. 4.5 Tae-Kyung dan Mi-Nam di depan studio .....	76
Gb. 4.6 Karakter Shin-Woo (close-up) .....	79
Gb. 4.7 Mi-Nyu sedang menangis .....	81
Gb. 4.8 Tae-Kyung yang melindungi He-Yi.....	82
Gb. 4.9 Shin-Woo melindungi Mi-Nyu .....	84
Gb. 4.10 Shin-Woo memasak.....	86
Gb. 4.11 Jeremy yang tengah menangis .....	88
Gb. 4.11 Shin-Woo yang sedang menangis .....	89
Gb. 4.13 Bagian belakang dari badan Mi-Nam “asli” .....	92
Gb. 4.14 Ekspresi wajah Mi-Nam .....	93

### DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Representasi feminitas.....	68
Bagan 4.2 Representasi maskulinitas oleh perempuan .....	70
Bagan 4.3 Representasi maskulinitas <i>pretty boys</i> .....	72
Bagan 4.4 Representasi maskulinitas androgini .....	75
Bagan 4.5 Representasi maskulinitas patriakal-otoriter.....	77
Bagan 4.6 Representasi maskulinitas sebagai bentuk citra idola Korea .....	79
Bagan 4.7 Representasi maskulinitas pria sensitif.....	81
Bagan 4.8 Representasi maskulinitas pria sebagai pelindung .....	83
Bagan 4.9 Representasi maskulinitas pria sebagai penolong .....	85
Bagan 4.10 Representasi maskulinitas “pria baru” .....	87

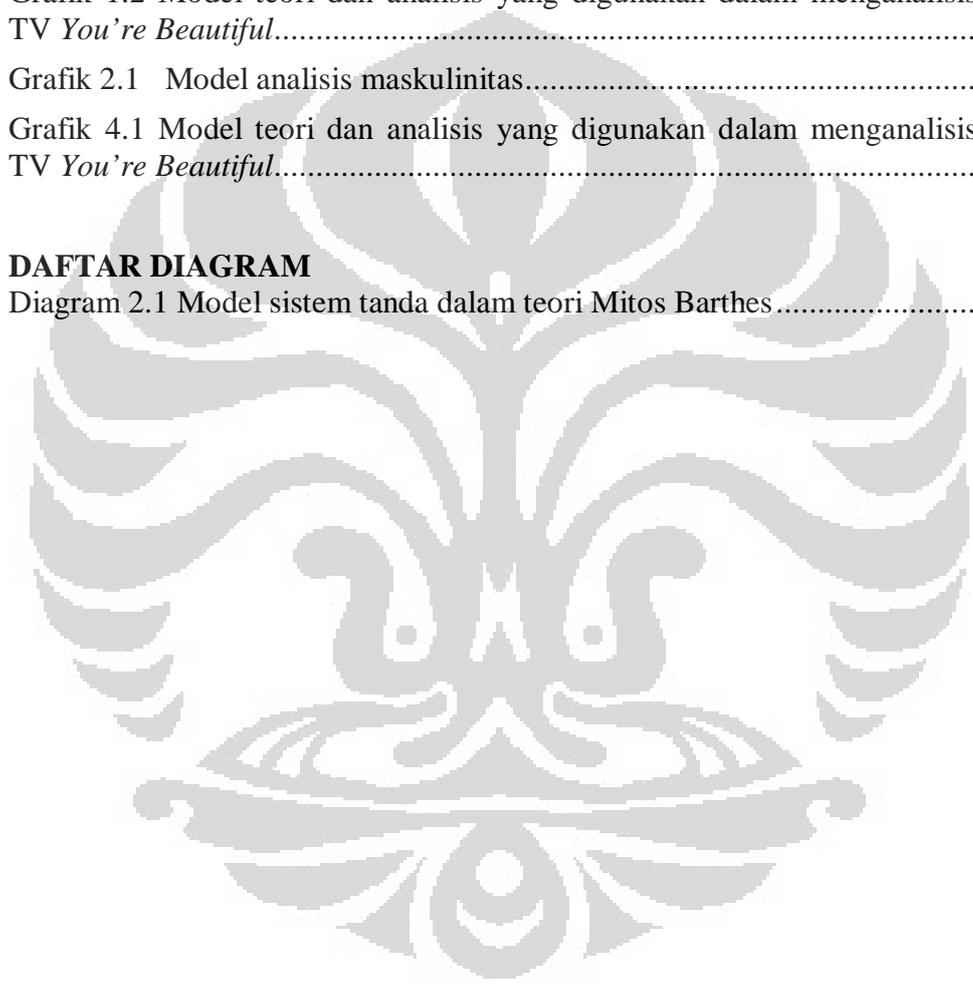
Bagan 4.11 Representasi maskulinitas sensitif.....	89
Bagan 4.12 Representasi maskulinitas lemah lembut dan sensitif .....	90
Bagan 4.13 Representasi maskulinitas “pria baru” .....	92
Bagan 4.14 Representasi maskulinitas tradisional.....	93

#### **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1.1 Rentang waktu penayangan drama TV impor di stasiun swasta di Indonesia .....	8
Grafik 1.2 Model teori dan analisis yang digunakan dalam menganalisis drama TV <i>You're Beautiful</i> .....	17
Grafik 2.1 Model analisis maskulinitas.....	40
Grafik 4.1 Model teori dan analisis yang digunakan dalam menganalisis drama TV <i>You're Beautiful</i> .....	66

#### **DAFTAR DIAGRAM**

Diagram 2.1 Model sistem tanda dalam teori Mitos Barthes.....	30
---	----



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi telah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Penelitian tentang televisi sangat menarik karena menurut Bennet, hal tersebut terkait oleh dua faktor utama. Pertama karena televisi adalah salah satu medium yang mudah diakses, yang dapat ditemukan di hampir setiap rumah di dunia ini (Lull, 1988; dalam Bennet, 2005: 77). Faktor selanjutnya adalah karena televisi menyediakan sumber informasi baik tentang kejadian dan perkembangan di dalam maupun di luar negeri (Hall, 1971; dalam Bennet, 2005: 77).

Salah satu studi mengenai televisi adalah *Television: Technology and Cultural Form* oleh Raymond Williams. Buku yang dipublikasikan pada tahun 1975 ini mengeksplorasi dan menjelaskan televisi sebagai salah satu bentuk teknologi dan kebudayaan. Ia juga menjelaskan mengenai sejarah penyiaran televisi (terutama di Inggris dan Amerika Serikat) yang berkembang pada akhir 1930an dan awal 1940an. Televisi mengalami perkembangan yang pesat pada pertengahan tahun 1950an. Ketika itu televisi menyediakan beragam berita dan hiburan, salah satunya adalah drama yang banyak diadaptasi dari drama teater maupun radio. Menurutnya, ketika itu masyarakat menghabiskan banyak waktu untuk menonton berbagai jenis drama dibandingkan menyiapkan dan menyantap hidangan (Williams, 1994: 59-60). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa drama merupakan program hiburan yang digemari oleh penontonnya. Dan hingga saat ini, drama TV dengan beragam format masih dapat dijumpai di berbagai stasiun TV di manapun.

Dalam konteks pertelevisian di Indonesia, sejarahnya tidak dapat dipisahkan dari kepentingan politik bagi pemimpin yang ketika itu berkuasa. Sebelum memasuki tahun 1990an, stasiun Televisi Republik Indonesia (TVRI) adalah satu-satunya stasiun TV di Indonesia. TVRI pertama kali mengudara pada tahun 1962 yang ketika itu menayangkan acara Kemerdekaan RI yang ke-17 dan

peliputan Asian Games (Kitley, 2000: 21). Menurut budayawan dan sutradara film Indonesia, Garin Nugroho, di bawah rezim Orde Baru, TVRI memonopoli siaran TV di Indonesia dan berperan "... sebagai medium untuk propaganda kekuasaan dan proteksi kekuasaan" (Nugroho, 1999). Ia kemudian melanjutkan:

... sesungguhnya sejarah televisi adalah sejarah televisi sebagai medium untuk propaganda kekuasaan. ... karena status dan perannya di bawah Departemen Penerangan, [televisi menjadi] juru penerang yang berkuasa (1999).

Garin Nugroho memberikan contoh tentang siaran langsung pemilu ataupun Sidang Umum yang ditayangkan oleh TVRI. Tudingan tentang keberpihakan TVRI kepada partai yang berkuasa, yakni Golkar, semakin menguat ketika partai tersebut selalu memenangi pemilu selama beberapa dekade sebelum reformasi.

Tetapi di tahun 1991 dominasi TVRI berhasil dipatahkan oleh beberapa stasiun TV swasta.<sup>1</sup> Ketika itu terdapat tiga stasiun TV lainnya yang mulai mengudara untuk pertama kalinya, mereka adalah Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI), dan Surya Citra Televisi (SCTV)—yang siarannya hanya dapat diterima di wilayah Jawa Timur saja.<sup>2</sup> Selain itu, stasiun ANTV (1993) dan Indosiar (1995) juga mulai meramaikan dunia pertelevisian nasional.

Garin menuturkan, bahwa stasiun TV swasta yang lebih kapitalis dan cenderung memikirkan keuntungan dari sponsor-sponsor yang mengiklankan produknya, berlomba untuk menayangkan program-program yang menarik banyak perhatian penonton. Selain program-program kuis ataupun olahraga yang sebagian besar adalah sepakbola, mereka juga menayangkan serial TV yang

<sup>1</sup> Namun demikian, para pemilik dari stasiun TV swasta tersebut masih merupakan kerabat Presiden Soeharto yang ketika itu tengah berkuasa. RCTI dimiliki oleh Bambang Trihatmojo, anak ketiga dari Presiden Soeharto; saham SCTV sebesar 20% dimiliki oleh Sudwikatmono, sepupu dari Presiden; dan TPI dimiliki oleh Siti Hardiyanti Rukmana (Tutut), putri pertama Presiden (Krishna Sen dan David T. Hill, *Media, Culture and Politics in Indonesia*. Jakarta: PT Equinox Publishing Indonesia, 2007. p. 10).

<sup>2</sup> RCTI didirikan pada tahun 1987, tetapi baru mengudara secara nasional pada tahun 1991, diikuti oleh SCTV yang berdiri pada tahun 1990 dan hanya mengudara di wilayah Jawa Timur pada tahun 1991—siaran nasional pada tahun 1993. Sedangkan TPI mengudara pada tahun 1991 (Philip Kitley, *Television, Nation, and Culture in Indonesia*. Ohio: Ohio University Press, 2000).

memiliki slot lebih banyak bagi para pengiklannya. Jika pada tahun 1980an TVRI banyak mengimpor film-film Australia seperti *Return to Eden* (1986) dan *A Country Practice* (1988) (Kitley, 2000: 1—2), maka di tahun 1990an RCTI dan SCTV menayangkan serial-serial Hollywood.<sup>3</sup> Beberapa judul drama seri dan serial Hollywood yang pernah ditayangkan adalah *McGyver* (1985—1992), *Knight Rider* (1982—1986), *E.R.* (1994—2009), *Dawson's Creek* (1998—2003). Judul-judul tersebut ditayangkan di Indonesia pada awal 1990an hingga awal 2000an.

Ketika itu, stasiun TV yang paling banyak menayangkan serial Hollywood adalah RCTI. Ketika RCTI pertama kali mengudara, 90 persen programnya diimpor dari Amerika, yang harga drama TVnya dapat ditawarkan dengan harga (atau kurang dari) 3000 dolar Amerika/episodenya (Sen dan Hill, 2007: 121).<sup>4</sup> Walaupun drama TV Hollywood mendominasi program-program TV di Indonesia, dalam periode yang bersamaan (1990an), SCTV mulai menayangkan telenovela yang banyak diimpor dari negara-negara Amerika Latin.<sup>5</sup> Kesuksesan SCTV akan penayangan telenovela kemudian diikuti oleh beberapa stasiun TV lainnya untuk menayangkan program yang sama.<sup>6</sup> Beberapa judul telenovela yang sempat terkenal adalah *Wild Rose* (1987), *Marimar* (1994), serta *Yo Soy Betty La Fea* (1999—2001).

Penayangan telenovela berlangsung cukup lama yakni sejak berdirinya stasiun TV swasta hingga awal tahun 2000an. Judul yang paling terkenal sebelum akhirnya programnya tergantikan oleh drama TV Asia adalah *Yo Soy Betty La Fea* (Betty si Buruk Rupa) yang ditayangkan pada tahun 2003. Tak hanya terkenal

<sup>3</sup> Drama TV (terutama Hollywood) terbagi atas dua jenis, yakni seri dan serial. Penjelasan lebih lanjut dapat dilihat pada bagian konsep yang digunakan pada bab ini.

<sup>4</sup> Lihat Krishna Sen dan David T. Hill, *Media Culture and Politics in Indonesia*. Jakarta: Equinox Publishing, 2007.

<sup>5</sup> Telenovela adalah bentuk lain dari opera sabun [yang berasal dari AS], yakni drama serial yang berkesinambungan yang melibatkan sejumlah karakter dalam lokasi yang spesifik. Keduanya memiliki kesamaan alur cerita, namun struktur telenovela berbeda dengan opera sabun ataupun drama serial. Tidak seperti opera sabun, telenovela memiliki kesimpulan atau akhir cerita dalam waktu 6 bulan dalam kisah yang lambat untuk diungkapkan (Jonathan Bignell, *An introduction to television studies*. London: Routledge, 2007. p. 81).

<sup>6</sup> Penayangan telenovela ini terkait masalah harga yang lebih murah dibandingkan drama TV Hollywood (dalam Krishna Sen dan David T. Hill, 2007: 121).

di negara asalnya yaitu Kolombia, Hollywood bahkan mengadaptasi cerita ini dengan judul *Ugly Betty* dan meraih sejumlah penghargaan.

Dewasa ini, masyarakat Asia lebih memilih untuk menonton tayangan yang berasal dari demografi yang sama. Menurut Ding-Tzann Lii (1998: 122-3),<sup>7</sup> pada pertengahan abad ke-20 industri perfilman di Hong Kong dan di beberapa negara Dunia Ketiga lainnya didominasi oleh Barat. Namun antara tahun 1970an hingga 1990an, film-film Hong Kong mulai mendominasi *box office* di Asia. Di Thailand dan Pakistan contohnya, pemasaran film-film Hong Kong melampaui 50 persen dari penjualan. Di beberapa negara Asia Tenggara lainnya, film-film dan bintang-bintang Hong Kong amat dikenal, beberapa di antaranya adalah Jackie Chan dan Jet Lee.

Berdasarkan penelitian yang ia lakukan tentang film-film Hollywood dan Hong Kong yang beredar di tahun 1984—93, ia menarik kesimpulan bahwa film-film Hollywood amat *self-oriented*, sedangkan film-film Hong Kong sudah *other-oriented*. Ia memberikan contoh tentang film-film Hollywood yang bercerita mengenai masyarakat dan gaya serta cara hidup orang-orang Amerika. Sedangkan film-film Hong Kong bercerita mengenai kehidupan sehari-hari yang tidak asing bagi orang-orang di Asia. Hal inilah yang kemudian disebut Lii sebagai “*the process of localization (Asianization) ...*” (1998: 135).

Selain film layar lebar, Hong Kong juga memproduksi dan mengeksport drama TV. Di tahun 1990an, peredaran drama TV Hong Kong di Indonesia berorientasi pada cerita kung fu. Beberapa judul yang sempat terkenal pada masa itu adalah *The Legend of the Condor Heroes* (1983) dan *Kera Sakti*.

Masih dalam periode yang bersamaan, di pertengahan tahun 1990an, drama kung fu Hong Kong mulai tergeser oleh drama TV Jepang yang kemudian dikenal dengan istilah “drama trendi”. Salah satu judul yang terkenal ketika itu

<sup>7</sup> Ding-Tzann Lii adalah seorang pengajar Sosiologi dan Antropologi di Universitas Nasional Tsing Hua, Taiwan. Penelitian yang pernah dilakukannya adalah ‘*political possibilities of radical democracy*’ dan ‘*the historical meaning of colonialism*’. (Diambil dari List of contributors dalam buku *Trajectories: Inter-Asia Cultural Studies* oleh Chen Kuan-shing (editor). London: Routledge, 1998).

adalah *Tokyo Love Story* (1991). Drama tersebut tidak hanya disukai oleh penonton di Indonesia, namun juga oleh penonton lainnya di Asia. Menurut Matsuda dan Higashi (2006: 17), "... Japanese "trendy dramas" ... represent modern, stylish, urban life in its Asian background are well received by Asian young people."

Matsuda dan Higashi menjelaskan alasan dari kepopuleran drama trendi adalah karena generasi muda Asia menghadapi permasalahan krisis identitas, yaitu bagaimana bertahan hidup di era globalisasi yang serba modern dengan mempertahankan tradisi ke-Asiannya. Drama *Tokyo Love Story* yang diangkat dari komik terkenal di Jepang, mewakili permasalahan tersebut.

Koichi Iwabuchi, seorang akademisi dan penulis dari Universitas Waseda, Tokyo, mengatakan drama TV Jepang disukai oleh orang-orang Asia karena drama-drama tersebut merepresentasikan ke-Asian dibandingkan drama-drama Hollywood (2004: 14). Ia mencontohkan tentang perempuan-perempuan muda di Singapura (yang sebagian besar merupakan etnis Cina), yang menyukai drama TV Jepang karena menganggap seksualitas perempuan dalam drama Jepang lebih dapat dipahami dibandingkan dengan program-program Hollywood. Walaupun dalam kehidupan nyata mereka tidak akan mempraktekan apa yang mereka lihat, menurut mereka drama Jepang lebih sopan dibanding drama Hollywood.

Kesuksesan Jepang dalam memproduksi drama-dramanya kemudian mulai diadaptasi oleh negara-negara tetangganya seperti Taiwan dan Korea.<sup>8</sup> Taiwan bahkan dengan sukses mengangkat komik Jepang ke dalam drama TV dengan judul *Meteor Garden* di awal tahun 2000an. Tak hanya di Indonesia, drama tersebut bahkan meraih popularitas di Jepang.

Jepang yang pernah menginvasi Korea pada tahun 1910—1945, meninggalkan trauma yang mendalam terhadap rakyat Korea. Oleh karenanya mereka, terutama generasi tua, memiliki kebencian terhadap apapun yang ada kaitannya dengan Jepang. Pada tahun 1945, pemerintah Korea melarang peredaran

<sup>8</sup> Korea yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Republik Korea atau Korea Selatan.

produk-produk kebudayaan populer Jepang seperti musik, film, drama TV, ataupun komik Jepang. Pelarangan ini akhirnya dicabut pada tahun 1998.<sup>9</sup>

Namun pada masa-masa pelarangan tersebut, para produser TV Korea terus memperhatikan drama Jepang, dan mengadaptasi gaya penceritaan, latar tempat, serta materi yang digunakan ke dalam drama yang mereka produksi sendiri (Iwabuchi, 2004: 16-7). Ia melanjutkan di awal perkembangannya, drama Korea yang meniru negara drama Jepang ini dikecam dan dikritik oleh banyak orang. Walau demikian, produser TV Korea tidak hanya meniru tetapi juga secara kreatif mentransformasikan drama Jepang ke dalam drama yang mereka produksi sendiri (Iwabuchi, 2004: 16-17).

Selain drama TV, musik pop Korea juga mendapat banyak pengaruh dari kebudayaan luar tetapi isi di dalamnya menceritakan tentang ke-Koreaan. Hal tersebut merupakan unsur terpenting bagi para konsumennya, terutama bagi masyarakat Korea, karena merupakan “bagian dari identitas bersama menjadi Korea.” (Howard, 2002: 90). Identitas ke-Korean ini lebih sering menekankan pada nilai-nilai kekeluargaan. Hal inilah yang terlihat dalam drama-drama TV Korea yang kemudian menarik perhatian banyak penggemarnya.

Karena kreatifitas, isi cerita, maupun visualisasi bintangnya, drama Korea yang memiliki target penonton generasi muda mulai menyapu pasar di kawasan Asia Timur, termasuk Jepang, yang kemudian dikenal dengan fenomena *Kanryu/Hanryu* (dalam bahasa Jepang)/*Hallyu* (dalam bahasa Korea) atau *Korean Wave*.<sup>10</sup> *Hallyu* atau *Korean Wave* adalah satu istilah yang menggambarkan tentang gelombang kebudayaan populer Korea di Asia, terutama di Asia Timur. Menurut Chua Beng-Huat dan Koichi Iwabuchi (2008: 2) dalam

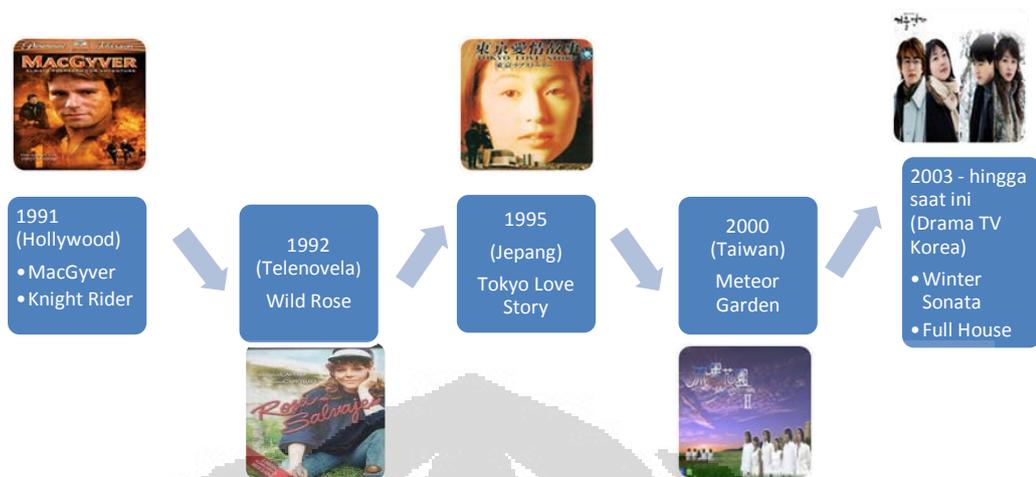
<sup>9</sup> Japan Echo. “Breaking the Ice: South Korea Lifts Ban on Japanese Culture.” 7 Desember 1998. Diakses 15 April 2011. <<http://web-japan.org/trends98/honbun/ntj981207.html>>.

<sup>10</sup> Fenomena *Korean Wave* di Asia terjadi karena produk-produknya memiliki kemiripan dengan produk-produk kebudayaan populer Jepang yang terlebih dahulu dikonsumsi oleh masyarakat Asia, seperti drama TV, musik pop, *anime*, dan *manga*. Ketika Korea memperkenalkan produknya, masyarakat di Asia melihat kemiripan tersebut, dan produk-produk tersebut masih menawarkan ke-Asiaan sehingga industri kebudayaan populer Korea dapat diterima dengan positif di pasar Asia (Iwabuchi, 2001: 204; dalam Jung, 2011: 21).

buku yang berjudul *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*, istilah tersebut muncul pertama kali di Republik Rakyat Cina (RRC) pada akhir tahun 1990an. Menurut mereka, pada akhir tahun 1990an dan awal tahun 2000an drama TV Jepang mulai memudar, dan ketika itulah drama TV Korea mulai dikenal oleh masyarakat Asia.

Kepopuleran *Korean Wave* tidak hanya terjadi di RRC, Taiwan ataupun Jepang saja. Gelombangnya bahkan mendatangi kawasan Asia Tenggara terutama Thailand, Singapura, Malaysia dan Indonesia. Di Thailand misalnya, tidak hanya drama TVnya saja yang populer, tetapi juga musik-musik popnya. Achara Pongvutitham, editor harian *The Nation* di Thailand, menuturkan, kepopuler musik pop Korea dapat terlihat dengan didatangkannya *boy band* Dong Bang Shin Ki (DBSK/TVXQ) ataupun beberapa penyanyi idola lainnya ke negara tersebut dan menggelar konser besar (2008: 41-3). Hal serupa juga terjadi di Malaysia dan Singapura yang telah mengundang beberapa kelompok musik ataupun penyanyi idola Korea untuk mengadakan konser besar.

Melihat penjelasan di atas tentang penayangan drama TV yang diimpor dari Hollywood hingga Korea, dapat dikatakan bahwa produk-produk kebudayaan memiliki siklusnya tersendiri. Produk kebudayaan yang diproduksi di satu tempat akan terlahir kembali di tempat yang lain dan mengulangi siklus perkembangan yang serupa, mengalami naturalisasi, dan percampuran (Matsuda dan Higashi, 2006: 16). Produk kebudayaan ini juga memiliki trendnya masing-masing. Seperti diketahui, di pertengahan 1990an, Jepang dengan beragam produk kebudayaannya seperti drama TV, musik, *manga* (komik), *anime* (animasi, film kartun), hingga gaya berpakaian, merupakan trend di kalangan generasi muda di Asia. Dengan mengadaptasi hal yang serupa, Korea memproduksi dan mendistribusikan hal tersebut dan menjadikannya trend di tahun 2000an. Siklus kebudayaan populer terutama drama yang pernah ditayangkan di stasiun-stasiun TV swasta Indonesia dapat dilihat dalam grafik di bawah ini:



Grafik 1.1 Rentang waktu penayangan drama TV impor di stasiun TV swasta Indonesia (Sumber gambar [www.imdb.com](http://www.imdb.com))

Dari grafik di atas dapat dilihat siklus drama TV impor yang ditayangkan di stasiun-stasiun TV swasta di Indonesia dimulai pada awal 1990an hingga saat ini (tahun 2000an). Pada tahun 2003, drama TV Korea mulai menghiasi layar kaca penonton Indonesia. Ketika itu drama yang pertama kali ditayangkan adalah *Winter Sonata*. Namun drama TV Korea yang menarik perhatian penonton Indonesia adalah drama TV *Full House* yang diproduksi pada tahun 2004 dan ditayangkan di Indonesia pada tahun 2005.<sup>11</sup> Menurut data yang diambil dari laman Indosiar, drama *Full House* ini merupakan drama Korea yang paling amat digemari dan hingga saat ini sudah ditayang ulang lebih dari tiga kali penayangan.

Namun demikian, perkembangan *Korean Wave* terhadap pasar Indonesia tidak sebesar di negara-negara lainnya. Menurut Gufron, seorang Humas dari stasiun TV Indosiar, hal tersebut dikarenakan masyarakat Indonesia lebih menyukai program-program *reality show* lokal ataupun sinetron lokal (dalam Mariani, 2008: 59). *Korean Wave* di Indonesia lebih terkonsentrasi pada drama TV,<sup>12</sup> sedangkan musik pop ataupun film layar lebar masih jarang terlihat di layar TV (Mariani, 2008: 64).

<sup>11</sup> Ratih Pratiwi Anwar. "Menengok Sinetron Negeri Gingseng". 01 September 2005. Akses 15 Oktober 2010. <<http://tribhuanadevi.blogspot.com/2005/09/menengok-sinetron-negeri-gingseng.html>>

<sup>12</sup> Dalam setahun terakhir (awal tahun 2011 hingga saat ini), musik K-Pop mulai meramaikan dunia hiburan Indonesia.

Walaupun drama TV Korea kalah bersaing dengan program-program lokal, hingga saat ini stasiun TV Indosiar masih rutin menayangkan drama TV Korea. Beberapa judul drama TV termasuk *You're Beautiful* (2009), sudah beberapa mengalami tayang ulang.<sup>13</sup> Selain karena permasalahan harga yang lebih murah dibandingkan dengan drama impor dari negara-negara lainnya, penayangan ulang tersebut terkait dengan kebutuhan pemenuhan program-program yang ditayangkan dan kompetisi antar stasiun TV, sehingga mereka [stasiun TV swasta] cenderung menayangkan ulang drama-drama yang telah disiarkan sebelum program tersebut diambil oleh pihak stasiun TV lainnya.<sup>14</sup>

Drama TV merupakan sebuah situs representasi mengenai makna. Makna dapat diproduksi baik melalui pencitraan adegan, karakternya, ataupun aspek naratifnya. Beberapa tahun sebelumnya, banyak yang menyebutkan isi drama Korea yang merepresentasikan kemandirian perempuan pada saat ini. Penelitian tentang representasi perempuan dalam drama TV, menurut Jing Li dalam makalahnya yang membahas isu maskulinitas dalam drama TV Korea (2008), sudah banyak dilakukan. Salah satu di antaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh S.Kim pada tahun 2005. Menurut Kim, dalam drama TV dapat dilihat mengenai kemandirian perempuan modern Korea yang berpendidikan tinggi dan kedudukannya yang setara dengan pria di berbagai bidang.

Namun demikian, drama TV yang merupakan ruang bagi perempuan membuatnya didominasi oleh penonton perempuan (Li, 2008: 8). Alasan-alasan yang membuat mereka (penonton di luar Korea) menyukai drama Korea sangat beragam, seperti adanya tradisi Konfusius,<sup>15</sup> adegan visualnya yang lebih sopan dibandingkan serial Hollywood ataupun Jepang, dan berbagai alasan lainnya (dalam The Korea Herald, 2008). Di antara beberapa alasan-alasan tersebut, terdapat satu alasan yang serupa yang dapat ditemukan di setiap negara, mereka

<sup>13</sup> Menurut Sakaril Gufron, humas Indosiar, hal ini terkait dengan harga drama TV Korea yang lebih murah 5% dibandingkan serial Hollywood (Utami Widowati, "Menonton Korea di Ruang Keluarga". 09 Januari 2006. Akses 14 Oktober 2010. <<http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/2006/01/09/TV/mbm.20060109.TV117830.id.html>>)

<sup>14</sup> Agus Sudibyo, dkk. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. Jakarta: ISAI, 2004. pp. 63-69.

<sup>15</sup> Mengutamakan anak laki-laki dibandingkan anak perempuan; menghormati yang lebih tua.

menyukai visualisasi tokoh pria yang terdapat di dalam drama-drama tersebut. Tokoh-tokoh ini biasanya memiliki wajah yang menarik, setia kepada pasangan, dan tidak malu untuk mengungkapkan ekspresinya.

Dalam kebudayaan populer Korea (drama TV dan musik pop), laki-laki dijadikan ikon dalam penjualan produknya. Diawali oleh Bae Yong-Joon (BYJ) yang namanya terkenal berkat drama *Winter Sonata*, ia menampilkan sosok pria maskulin Korea tahun 2000an yang lemah lembut dan sensitif. Sifat ini berbanding terbalik dengan stereotype pria pada umumnya seperti bersikap kuat ataupun cenderung tidak berperasaan. Namun demikian, dalam *Winter Sonata*, BYJ yang walaupun menangis tetap dapat menunjukkan wajah prianya. Robert L.Cagle, pengajar Kajian Sinema di Universitas Illinois, bahkan membandingkan BYJ dengan sosok Greta Garbo (2008: 260—6). Menurutnya, BYJ memiliki wajah yang mengaburkan perbedaan antara maskulin dan feminin. BYJ dapat memikat perhatian penggemarnya bukan saja melalui performanya, melainkan juga dengan wajahnya yang menjadi citranya. BYJ kemudian menjadi ikon pria Korea yang digemari oleh perempuan, terutama perempuan dewasa di Jepang.

Generasi selanjutnya, yakni setelah BYJ, kemudian juga melakukan hal yang sama. Yakni dengan menjaga citranya sebaik mungkin di hadapan penggemarnya. Hal ini juga dapat terlihat dalam musik pop Korea yang tengah berkembang pada saat ini. Industri musik pop Korea dipenuhi oleh *boy band* yang terdiri dari empat hingga sepuluh anggota. Mereka tak hanya “diwajibkan” untuk dapat bernyanyi dan menari saja, tetapi juga harus memiliki penampilan yang menarik. Konsep ini serupa dengan konsep *boy band* di Jepang yang kemudian diadaptasi oleh Korea.

Korea mengadaptasi kebudayaan Jepang karena menurut Jing Li, selain letak geografisnya yang berdekatan dan adanya kesamaan budaya, Jepang merupakan salah satu bangsa yang budaya maskulinnya sangat kuat. Selain itu, Jepang juga mentransformasikan peran pria menjadi “*new man*” atau “lelaki baru” dan “obyek seks” dalam kebudayaan populer (Darling-Wolf, 2003, 2004; dalam Li, 2008: 8). Citra “lelaki baru” ini terkonstruksi melalui papan iklan,

televisi, majalah, dan surat kabar (Cornwall dan Lindisfarne, 1994: 1; dalam Beynon, 2002: 16).

Dalam kaitannya dengan permasalahan yang telah diuraikan di atas, topik dalam penelitian ini adalah drama TV Korea yang berjudul *You're Beautiful* (di Indonesia ditayangkan dengan judul *He is Beautiful*) yang diproduksi pada tahun 2009 dan ditayangkan di Indosiar pada tahun 2010. Drama ini pernah ditayang ulang pada tahun yang sama. Drama ini menceritakan tentang sebuah grup musik fiktif A.N.Jell yang memiliki empat anggota, yakni Tae-Kyung, Shin-Woo, Jeremy dan Mi-Nam. Drama yang bergenre komedi-romantis ini memiliki target penonton usia remaja.

Di negara asalnya, drama ini ditayangkan melalui stasiun TV SBS dengan Hong Seong-Chan sebagai sutradaranya. Drama ini dibintangi oleh beberapa artis muda seperti Jang Geun-Seuk (sebagai Hwang Tae-Kyung), Lee Hong-Ki (Jeremy), Jung Yong-Hwa (Shin-Woo) dan Park Shin-Hye (Go Mi-Nam/Go Mi-Nyu). Dua di antaranya bahkan merupakan anggota grup musik pop Korea, yakni Hong-Ki dalam grup musik FT Island dan Yong-Hwa dengan grup musik CN Blue. Geun-Seuk dan Shin-Hye juga merupakan penyanyi pop Korea yang digemari oleh para remaja. Dengan demikian, dapat dikatakan drama ini secara tidak langsung menggambarkan kehidupan mereka sebagai bintang idola Korea.

Peraihan rating drama ini menurut TNS Media Korea, tidak setinggi drama-drama lainnya yang mampu mencapai rating 20-30%, seperti drama *Full House* ataupun *Secret Garden*. Drama yang memiliki target penonton remaja ini hanya memiliki rata-rata rating sekitar 10,1%. Walau demikian, drama ini merupakan drama populer di kalangan remaja yang aktif di dunia maya (*netizen*), sehingga drama ini mampu memperoleh penghargaan sebagai *Netizen Popularity Award* dan *Top Ten Stars Award* yang diselenggarakan oleh stasiun TV SBS pada tahun 2009.<sup>16</sup> Walaupun drama *Full House* dan *Secret Garden* lebih populer, namun drama *You're Beautiful* lebih mewakili industri hiburan Korea kontemporer yang dipenuhi oleh generasi muda. Mereka merupakan bintang idola yang digemari oleh remaja putri di Asia Timur dan Tenggara.

<sup>16</sup> Sumber wiki.d-addicts.com. Diakses 23 November 2011.

Drama ini memiliki alur cerita yang mirip dengan film Hollywood yang berjudul *She's the Man* yang diproduksi pada tahun 2005. Film tersebut merupakan film yang diadaptasi dari drama komedi milik Shakespeare yang berjudul *Twelfth Night*. Selain film Hollywood, drama ini juga memiliki kemiripan dengan drama Jepang, yakni tokoh perempuannya yang menyamar sebagai laki-laki yang berjudul *Hana Kimi* atau *For You in Full Blossom* (2007). Drama tersebut diangkat dari komik yang diterbitkan pada tahun 1996. Cerita dalam film Hollywood dan drama Jepang tersebut kemudian diadaptasi dan disesuaikan dengan industri hiburan Korea yang tengah berkembang dengan sejumlah *boy band* maupun *girl band*-nya.

Drama TV yang berlatar waktu 2009 di Korea ini, mengisahkan tentang satu kelompok musik idola Korea yang bernama A.N.Jell. Pada awalnya grup musik ini hanya beranggotakan tiga orang pria saja, yakni Tae-Kyung, Shin-Woo, dan Jeremy. Namun kemudian pihak perusahaan mengaudisi dan menambah satu anggota lagi, yakni Mi-Nam. Tetapi karena harus menjalani operasi di luar negeri, posisi Mi-Nam digantikan oleh Mi-Nyu, yakni adik kembarnya. Masalah yang muncul dalam drama ini adalah, Mi-Nam dan Mi-Nyu merupakan sepasang kembar identik tetapi berbeda jenis kelamin. Mi-Nam adalah seorang lelaki, sedangkan Mi-Nyu adalah seorang perempuan. Ketika Mi-Nyu bergabung dengan A.N.Jell, ia diharuskan tampil sebagai laki-laki, yakni dengan menyamar sebagai kakak kembarnya.

Drama TV ini menarik untuk diteliti karena di dalamnya tidak hanya perempuan yang dijadikan komoditas, tetapi juga para prianya. Hal tersebut direpresentasikan melalui pencitraan serta gaya hidupnya. Hal ini dikarenakan mayoritas penggemar drama TV adalah perempuan sehingga pencitraan pria merupakan hal terpenting dalam sebuah drama (Li, 2008: 8).

Selain itu, isu maskulinitas juga jarang diangkat karena masyarakat telah menganggap maskulinitas sudah tetap dan tidak berubah (Feasey, 2008: 2). Pada kenyataannya, baik feminitas maupun maskulinitas merupakan identitas yang dikonstruksi oleh masyarakat. Di dalam drama ini dapat dilihat mengenai isu gender yang begitu kuat. Akan tetapi penelitian ini hanya akan membahas isu

maskulinitas yang direpresentasikan oleh anggota-anggota A.N.Jell tersebut dan juga mitos-mitos yang berkembang dalam industri hiburan Korea yang saat ini tengah populer di berbagai negara di Asia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang disampaikan di atas, penelitian ini difokuskan pada pembahasan mengenai maskulinitas dan mitos yang terdapat dalam drama TV *You're Beautiful*. Lebih jauh lagi, permasalahan yang dibahas adalah tentang isu maskulinitas dalam masyarakat Korea saat ini. Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana maskulinitas Korea saat ini direpresentasikan dalam drama TV *You're Beautiful*?
2. Mitos-mitos apa saja yang terdapat dalam drama TV tersebut mengenai maskulinitas dan industri hiburan di Korea sebagai salah satu bentuk kebudayaan populer?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengeksplorasi maskulinitas Korea saat ini yang direpresentasikan melalui drama TV *You're Beautiful* secara kritis.
2. Untuk mengeksplorasi mitos-mitos yang terdapat dalam drama TV tersebut mengenai maskulinitas dan industri hiburan di Korea sebagai salah satu bentuk kebudayaan populer.

## **1.4 Kemaknawian Penelitian**

Penelitian mengenai drama Korea telah banyak dilakukan karena dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, kebudayaan populer Korea yang fenomenal menjadikannya obyek penelitian yang menarik. Salah satu penelitian yang

membahas peran pria dalam drama Korea dilakukan oleh Jing Li (2008).<sup>17</sup> Dalam makalahnya ia mempertanyakan dan memeriksa peran pria masa kini dan konsep maskulinitas yang direpresentasikan dalam dua judul drama TV Korea, yakni *My Lovely Sam-Soon* dan *Full House*. Ia menggunakan pendekatan John Beynon tentang faktor-faktor kemaskulinan pria, dan Anders Hansen dkk. untuk menganalisis film sebagai kajian tekstual.

Dari temuannya, ia menyebutkan dua tokoh pria dalam drama-drama tersebut memiliki karakter pria dandy, pria pemberontak dalam keluarganya, dan “pria lama” yang memiliki konsep tradisional mengenai maskulinitas dan sistem keluarga yang patriarkal. Namun di dalam kedua drama tersebut, keduanya melakukan pekerjaan yang dianggap sebagai wilayah domestik perempuan, seperti membersihkan rumah dan memasak. Walaupun mereka malu melakukannya di hadapan orang lain, tetapi mereka tetap melanjutkan pekerjaan tersebut. Hal ini mengindikasikan adanya negosiasi antara maskulinitas dan peran pria Korea saat ini. Negosiasi tersebut adalah hasil dari perubahan status sosial perempuan serta selera konsumerisme dan kemampuannya.

Menurut Li, perempuan tidak lagi menjadi satu-satunya obyek seksual untuk dikonsumsi, dan pria juga tidak lagi menjadi satu-satunya yang mengkonsumsi. Pada kenyataannya, perempuanlah yang mendominasi pasar drama TV sebagai penontonnya, dan mereka adalah kelompok dominan yang menggemari bintang-bintang TV pria, yang membuat industri terus berjalan.

Namun demikian, penelitian Li ini masih memiliki kelemahan karena ia menulis dengan menggunakan sudut pandang pemikiran Barat, yakni dengan menggunakan teori dari Beynon mengenai “*new man*” dan “*new lads*”. Hal demikian menyulitkannya untuk mengaitkan kedua konsep tersebut dengan konteks sosial yang berbeda, bahwa dalam masyarakat Korea kontemporer, telah terjadi negosiasi gender. Sedangkan menurut peneliti dan penulis yang berasal

<sup>17</sup> Penelitian yang dibahas berupa makalah yang ditulis oleh Jing Li sebagai mahasiswa S2 di School of Media Arts and Studies, Universitas Ohio, pada tahun 2008. Makalah tersebut berjudul “Negotiating Masculinity and Male Gender Roles in Korean TV Drama: A Textual Analysis of *My Lovely Sam-Soon* and *Full House*.” Makalah ini dipresentasikan dalam pertemuan tahunan Association for Education in Journalism and Mass Communication, di Marriot Downtown, Chicago, Illinois pada tanggal 06 Agustus 2008.

dari Korea seperti Moon Seung-Sook (2002) dan Jung Sun (2011), bahwa maskulinitas di Korea terpengaruh oleh Konfusianisme, yakni dengan adanya dikotomi gender yang menyebabkan superioritas pria terhadap perempuan. Dan di era kapitalisme, maskulinitas semakin dikukuhkan karena wanita semakin tergantung pada pria sebagai tulang punggung keluarga.

Selain hal tersebut di atas, penelitian Li juga tidak dilakukan dengan perspektif *Cultural Studies* dan dengan pendekatan-pendekatan yang terdapat di dalamnya. Dengan demikian, penelitian ini menjadi bermakna karena menggunakan pendekatan *Cultural Studies* dengan teori semiotika Barthes, dan melalui sudut pandang Korea itu sendiri yang melihat bahwa Konfusianisme masih mengakar dalam masyarakatnya. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan tentang maskulinitas dalam masyarakat di Asia Timur, terutama di Korea.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Drama TV *You're Beautiful* merupakan drama serial yang memiliki tokoh-tokoh yang sama dan terdapat kesinambungan cerita antar episodanya. Di dalam drama yang berjumlah 16 episode ini, terdapat beragam permasalahan. Dari berbagai permasalahan tersebut, hanya satu masalah besar yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu isu maskulinitas dalam konteks Korea masa kini.

Dari 16 episode tersebut, dalam tesis ini hanya akan dipilih sebanyak 10 episode saja yang merepresentasikan maskulinitas lebih banyak dibandingkan episode-episode lainnya. Episode-episode tersebut adalah episode 1, 2, 3, 4, 5, 6, 11, 13, 14 dan 15. Dari tiap-tiap episode tersebut hanya akan diambil satu hingga dua adegan visual untuk dianalisis. Jumlah dari keseluruhan adegan visual untuk dianalisis yakni 14 adegan visual. Selain data visual, data berupa teks yang terdiri dari dialog antar pemain juga akan dianalisis. Data yang berupa dialog tersebut diambil dari episode-episode yang sama dimana data visual akan dibahas. Jumlah dialog yang akan dianalisis yakni sebanyak 8 dialog.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah drama TV *You're Beautiful* yang diproduksi oleh stasiun TV SBS di tahun 2009 dan disutradarai oleh Hong Seong-Chang. Film ini kemudian ditayangkan di stasiun TV Indosiar pada tahun 2010 dan pernah ditayang ulang. Yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah drama TV yang dipasarkan dalam bentuk DVD yang memiliki 16 episode. Sebanyak 14 data visual dan 8 dialog yang diambil dari episode tersebut akan dianalisis. Pemilihan pada episode-episode tersebut berdasarkan pada banyaknya adegan mengenai isu maskulinitas dibandingkan episode-episode yang lainnya.

### **1.6.2 Pendekatan**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data yang diambil berupa data visual dan dialog yang terdapat dalam drama tersebut. Penelitian ini merupakan analisis tekstual dengan menggunakan teori dan model analisis untuk mengkaji drama TV sebagai kebudayaan populer. Data visual dan dialog yang dipilih akan dianalisis dengan menggunakan beberapa teori dan model analisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan dalam *cultural studies* seperti representasi yang terangkum dalam Hall (1997) dengan mengaplikasikan teori semiotika Barthes, dan identitas yang terangkum dalam Woodward (1997) dengan mengaplikasikan model-model analisis milik Moon Seung-Sook, Jung Sun, dan Heather Willoughby. Model-model analisis maskulinitas yang digunakan dalam penelitian ini lebih terfokus pada konsep maskulinitas di Asia Timur, terutama Korea pada masa kini. Sudut pandang maskulinitas dalam masyarakat Asia Timur dipilih karena konteks dalam tesis ini adalah masyarakat Korea kotemporer. Berikut adalah model teori dan model analisis yang akan digunakan untuk mengeksplorasi representasi maskulinitas dalam drama TV *You're Beautiful*:



Grafik 1.2 Model teori dan analisis yang digunakan dalam menganalisis drama TV *You're Beautiful*

Dari model teori dan analisis di atas, dapat dilihat bahwa untuk menganalisis representasi akan digunakan teori semiotika Barthes. Sedangkan untuk menganalisis identitas dan maskulinitas akan digunakan model analisis yang terdapat dalam artikel Moon Seung-Sook, yakni mengenai maskulinitas di Korea. Model analisis lainnya yang digunakan dalam tesis ini adalah model analisis yang terdapat dalam buku milik Jung Sun yang membahas isu maskulinitas dalam media, selain itu juga akan digunakan model analisis Heather A. Willoughby yang membahas musik pop Korea.

### 1.6.3 Langkah-langkah Penelitian

Penelitian ini membahas isu representasi maskulinitas melalui analisis visual dan analisis tekstual yang adegan-adegannya dipilih pada episode tertentu saja. Di setiap adegan, akan dijelaskan mengenai makna-makna yang terdapat di dalamnya dengan menggunakan pendekatan semiotika Barthes. Pembahasan tersebut diharapkan dapat mengungkapkan representasi maskulinitas di Korea saat ini.

## 1.7 Konsep yang Digunakan

Dalam penulisan ini digunakan beberapa istilah yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Istilah-istilah tersebut adalah seperti di bawah ini:

### 1. Representasi

Adalah produksi makna mengenai konsep dan pemikiran kita yang disampaikan melalui bahasa (Hall, 1997: 17). Yang dimaksud dengan bahasa bukan saja merupakan bahasa tulis dan lisan, tetapi juga tanda, simbol (foto, lukisan, dll) serta musik—yang merepresentasikan pemikiran kita terhadap orang lain.

### 2. Identitas

Adalah konsep tentang siapa kita dan bagaimana hubungannya dengan orang lain di dunia di mana kita tinggal. Identitas terbentuk melalui penampilan yang kita tunjukkan pada orang lain, dan bagaimana kita melihat orang lain (Woodward, 1997: 1).

### 3. Drama TV

Adalah salah satu genre program televisi yang diadaptasi dari drama radio. Pertama kali dikembangkan dalam format TV pada tahun 1950an. Disebut drama karena ceritanya yang lebih-lebihkan (Williams, 1990: 55—61).

### 4. Drama seri dan serial

Drama seri merupakan drama yang memiliki tokoh-tokoh yang sama tetapi cerita pada tiap episodenya berbeda, di dalamnya tidak ada kesinambungan cerita. Contohnya adalah *McGyver*. Sedangkan drama serial memiliki tokoh-tokoh yang sama dan cerita antar episodenya berkesinambungan. Contohnya adalah *Desperate Housewives* (Douglas, 2007: 10).

### 5. Episode

Episode dalam drama TV adalah serangkaian adegan yang menyampaikan pesan tentang cerita dalam drama tersebut (De Fossard dan Riber, 2005: 138).

6. *Korean Wave*

Pada awalnya merupakan istilah yang menggambarkan tentang gelombang kebudayaan populer Korea—dalam bentuk drama TV, musik pop, film, dan lain-lain, di Asia Timur, seperti di Cina, Taiwan, Hong Kong dan Jepang (Chua dan Iwabuchi, 2008: 2). Namun kemudian gelombangnya juga memasuki kawasan Asia Tenggara, khususnya Thailand, Singapura, Malaysia, dan Indonesia.

7. Semiotika

Merupakan pendekatan dalam ilmu linguisitik untuk mempelajari tanda-tanda dalam bahasa. Istilah ini pertama kali dikembangkan oleh de Saussure. Selanjutnya Barthes mengembangkan pendekatan ini untuk mengkaji kebudayaan populer (Hall, 1997: 36).

8. Mitos

Menurut Barthes adalah sebuah jenis tipe wicara. Mitos merupakan sebuah sistem komunikasi, yakni sebagai penyampai pesan. Mitos mempunyai cara tersendiri dalam menyampaikan pesan sehingga tidak tergantung oleh obyek. Segala sesuatu dapat menjadi obyek mitos karena segala sesuatu memiliki keterbukaan untuk dibicarakan dalam masyarakat (Barthes, 1991: 101).

9. Konfusianisme

Merupakan sebuah sistem filosofi dan pemikiran tentang etika yang dikembangkan oleh filsuf Cina, Konfusius (K'ung Fu Tze, 551~479 SM). Pada umumnya Konfusianisme didefinisikan sebagai cara berpikir yang mengajarkan seseorang untuk setia kepada keluarga, teman, dan penguasa, dan memperlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan (Park, 2006: 80).

10. Maskulinitas

Adalah cara bagaimana menjadi pria. Maskulinitas terbentuk bukan karena dibawa sejak lahir atau merupakan bagian dari genetik laki-laki, tetapi maskulinitas terbentuk dan teralkulturasi oleh perilaku sosial yang dipelajari dan ditiru melalui proses interaksi sosial (Beynon, 2002: 2).

## 11. Laki-laki

Merupakan bagian dari “*sex*” (jenis kelamin), yang terdiri atas kromosom, anatomi, dan genetik, yang dibawa sejak lahir (Kimmel dan Aronson, 2004: xvi).

### 1.8 Sistematika Penulisan

Tesis ini akan dibagi dalam 5 bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab 1. Pendahuluan, latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, batasan penelitian, metodologi penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

Bab 2. Maskulinitas dalam *cultural studies*, *cultural studies*, teori dan pendekatan, pendekatan dalam *cultural studies*: representasi dan identitas, teori paska-strukturalis semiotika Barthes, studi tentang maskulinitas: konstruksi gender; maskulinitas, peran pria dan maskulinitas, peran pria dan maskulinitas dalam kebudayaan populer.

Bab 3. Kebudayaan tradisional dan kebudayaan populer Korea, Korea Selatan, struktur sosial masyarakat Korea, kebudayaan populer Korea, *Korean Wave* di Asia Timur dan Tenggara, maskulinitas dalam masyarakat Korea Selatan, elemen-elemen global pembentuk maskulinitas hibriditas Korea kontemporer, maskulinitas dalam kebudayaan populer Korea.

Bab 4. Representasi maskulinitas dalam drama TV Korea *You're Beautiful*, analisis data visual, analisis data tekstual, temuan.

Bab 5. Kesimpulan dan saran.

## BAB 2

### MASKULINITAS DALAM *CULTURAL STUDIES*

Topik dalam penelitian ini adalah kebudayaan populer yang merupakan salah satu konsep dalam *cultural studies*. Dalam bab ini akan diuraikan lebih lanjut mengenai *cultural studies*, teori dan pendekatan yang digunakan, serta studi mengenai maskulinitas untuk melihat posisi penelitian ini dalam *cultural studies*. Berikut adalah penjelasannya:

#### 2.1 *Cultural Studies*

*Cultural studies* adalah salah satu ilmu baru yang dikembangkan pada akhir 1950an. Beberapa nama yang sering disebut sebagai pendiri *cultural studies* adalah Raymond Williams, Richard Hoggart, Edward Thompson, serta Stuart Hall (Sparks, 1996: 72). Awalnya ilmu ini memiliki kaitan yang erat dengan marxisme yang mempersoalkan tentang masalah kelas, terutama di Inggris tempat di mana *cultural studies* pertama kali dikembangkan. Namun menurut Collin Sparks<sup>1</sup> dan John Storey, ilmu ini ditandai oleh beberapa perubahan dalam metode dan teorinya. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, ilmu ini awalnya mempelajari tentang kelas, namun pada akhir 1970an, kaum feminis mulai mempertanyakan tentang pentingnya peran gender, kemudian murid berkulit hitam mempertanyakan tentang ras dalam analisis *cultural studies* (Storey, 2003: 2).

*Cultural studies* merupakan ilmu lintas disiplin. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh Tony Bennet (1998; dalam Barker, 2002: 7), oleh karenanya beragam perspektif dari berbagai ilmu tersebut digunakan untuk memeriksa hubungan antara kebudayaan dan kekuasaan. Selain definisi tersebut, iapun menawarkan definisi lainnya, yakni:

*The forms of power that cultural studies explores are diverse and include gender, race, class, colonialism, etc. Cultural studies seeks to explore the connections between these forms of power and to develop ways of thinking*

<sup>1</sup> Collin Sparks adalah penulis artikel "Stuart Hall, cultural studies and Marxism," dalam David Morley dan Kuan-Hsing Chen. Ed. *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. London & New York: Routledge, 1996. Pp. 71-102.

*about culture and power that can be utilized by agents in the pursuit of change* (Barker, 2002: 7).

Bentuk-bentuk kekuasaan yang dieksplorasi oleh *cultural studies* berupa gender, ras, kelas, kolonialisme, dan lain-lain. *Cultural studies* berupaya untuk mengeksplorasi hubungan antara bentuk-bentuk kekuasaan tersebut dan untuk mengembangkan cara berpikir tentang budaya dan kekuasaan yang dimanfaatkan oleh agen-agen yang mengejar perubahan (Barker, 2002: 7)

Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa bentuk-bentuk kekuasaan yang dieksplorasi oleh *cultural studies* adalah gender, ras, kelas, kolonialisme, dan lain-lain. Eksplorasi kaitan antara bentuk-bentuk tersebut dengan kekuasaan dicari untuk mengembangkan cara berpikir mengenai kebudayaan dan kekuasaan yang dapat dimanfaatkan oleh agen-agen yang mencari perubahan.

Sesuai dengan namanya, fokus dalam *cultural studies* adalah *culture* (Ind.: kebudayaan). Dalam buku *Keywords* (1975), secara garis besar, Raymond Williams mendefinisikan kata kebudayaan seperti di bawah ini:

1. *'a general process of intellectual, spiritual and aesthetic development'*;
2. *'a particular way of life, whether` of a people, a period or a group'*;
3. *'the works and practices of intellectual and especially artistic acitivity'*. (1975; dalam Storey, 2003: 3-4).

Dalam definisi yang ketiga, Storey menambahkan *"in other words, those texts and practices whose principal function is to signify, to produce or to be the occasion for the production of meaning"* (ibid.). Definisi tersebut memiliki arti yang sama dengan kalimat *"signifying practices"*, yakni kalimat yang digunakan oleh para strukturalis ataupun pascastrukturalis, bahwa teks memiliki fungsi untuk memproduksi makna.

Yang dimaksud dengan teks, bentuknya bukan hanya berupa tulisan saja. Tetapi juga hal-hal lainnya yang kemudian dianggap sebagai teks, seperti musik, acara TV, kegiatan olahraga, dan lain-lainnya. Dalam *cultural studies*, untuk memproduksi makna tersebut dapat dilakukan dengan melihat konsep-konsep penting dalam ilmu ini, yakni seperti berikut:

(1) Representasi, yakni bagaimana dunia pada umumnya dikonstruksi dan direpresentasikan untuk dan oleh kita; (2) materialisme dan non-reduksionisme,<sup>2</sup> hal ini biasanya terkait dengan ekonomi politik; (3) artikulasi, yakni pembentukan kesatuan temporer antar sejumlah elemen yang tidak harus saling beriringan; (4) kekuasaan, isu-isu yang terkait di dalamnya berupa kelas, gender, maupun ras; (5) kebudayaan populer, di dalamnya terdapat juga isu ideologi dan hegemoni; (6) teks dan pembaca, yang dimaksud dengan teks bukan hanya kata-kata yang tertulis, tetapi hal lainnya yang memberikan makna seperti citra, obyek, maupun aktivitas keseharian; (7) subyektifitas dan identitas, di dalamnya terdapat isu esensialis dan non-esensialis (Barker, 2000: 8-12).

Karena ilmu ini merupakan ilmu lintas disiplin, maka pendekatan-pendekatan yang digunakan juga dapat ditemukan dalam mengkaji permasalahan yang ada pada ilmu lainnya. Contohnya dalam bidang ekonomi, teori yang umumnya digunakan adalah teori Marxisme. Di dalam *cultural studies*, marxisme dapat digunakan untuk melihat kapitalisme yang berjalan dalam suatu negara, serta bagaimana reaksi masyarakat yang berada pada tiap lapisan kelasnya (Barker, 2002: 55).

Marxisme kemudian dijadikan acuan oleh Althusser dalam ideologinya untuk melihat bagaimana peran negara terhadap masyarakatnya dan dengan cara apa negara menerapkan kekuasaannya (ibid.: 56). Selain Althusser, Gramsci dengan konsep hegemoninya juga terinspirasi oleh Marx. Dalam hegemoni, Gramsci melihat bagaimana dominasi kelompok yang berkuasa terhadap kelompok di bawahnya (ibid.: 59). Konsep Gramsci tersebut dapat digunakan dalam *cultural studies*, seperti dalam mengkaji kebudayaan populer.

Definisi dari kebudayaan populer sendiri menurut Storey adalah kebudayaan yang digemari secara luas dan disukai oleh banyak orang. Kebudayaan populer pada awalnya identik dengan “Amerikanisasi” karena penyebarannya di hampir setiap negara (Storey, 2001: 9), dipercayai memiliki dan menyampaikan ideologi tertentu. Oleh sebab itu, kebudayaan populer dapat

<sup>2</sup> Budaya terlihat seperti memiliki makna sendiri yang spesifik, peraturan dan praktek yang tidak dapat direduksi, atau dijelaskan semata-mata dalam hal lain, kategori maupun tingkatan suatu formasi sosial (Barker, 2000: 9).

disebut juga sebagai sebuah arena pergulatan dan negosiasi antara kepentingan grup yang lebih dominan terhadap grup yang lebih rendah (Storey, 2003: 3-4).

Bentuk kebudayaan populer yang dapat diteliti misalnya obyek (majalah, musik, film, dan lain-lain), serta *event* (pertandingan sepakbola, dan lain-lain). Obyek dalam penelitian ini adalah drama TV serial Korea yang ditayangkan di televisi. Oleh sebab itu, drama TV merupakan kategori kebudayaan populer karena ia ditonton dan digemari oleh banyak orang. Isu-isu dalam sebuah drama TV juga beragam, seperti isu kekuasaan, ras, kelas, maupun gender. Dan berdasarkan uraian di atas, *cultural studies* adalah ilmu yang melihat relasi kuasa serta pemaknaan tanda-tanda. Hal inilah yang membedakan ilmu ini dengan ilmu lainnya.

## **2.2 Teori dan Pendekatan**

### **2.2.1 Pendekatan dalam *Cultural Studies***

Seperti yang telah disebutkan di atas, obyek dari penelitian ini adalah drama serial yang ditampilkan di televisi. Drama TV merupakan salah satu bentuk kebudayaan populer yang memiliki banyak penggemar. Drama TV bukan saja merupakan sebuah hiburan, di dalamnya terdapat berbagai permasalahan yang dapat digali. Untuk mengkajinya dibutuhkan berbagai macam pendekatan. Teori semiotika Barthes akan digunakan untuk meneliti representasi dan identitas. Selain itu, model analisis yang ditulis oleh Moon dan Jung juga akan digunakan untuk mengeksplorasi isu maskulinitas dalam konteks masyarakat Korea yang terdapat dalam drama tersebut. Berikut adalah pendekatan-pendekatan dalam *cultural studies* yang akan digunakan dalam penelitian ini:

#### **2.2.1.1 Representasi**

Pengertian dari representasi adalah produksi makna mengenai konsep pemikiran kita yang disampaikan melalui bahasa (Hall, 1997: 17). Bahasa merupakan faktor utama dalam mengkonstruksi makna. Yang dimaksud dengan bahasa bukan saja berupa bahasa tulis maupun lisan, tetapi juga tanda (*signs*) dan simbol (*symbols*) yang biasa digunakan—seperti gambar (foto, lukisan, dll),

musik—yang merepresentasikan pemikiran, ide, maupun perasaan yang kita miliki terhadap orang lain. Giles dan Middleton (1999: 56-7), menyebutkan tentang tiga makna representasi, yakni:

- Menggambarkan (*to represent*), ini dapat dilihat dari bendera sebagai lambang negara untuk membedakan negara satu dengan yang lainnya.
- Mewakili (*to act or speak on behalf of*), hal ini dapat dilihat misalnya dalam pengiriman kontingen tim Indonesia di ajang SEA Games.
- Menghadirkan kembali (*re-present*), contoh dari makna ketiga ini banyak terdapat dalam kebudayaan populer, misalnya salah satu novel yang diangkat menjadi sebuah film.

Dalam prakteknya, ketiga makna di atas seringkali bercampur dan berkaitan. Contohnya adalah drama TV yang diangkat dari komik ataupun dari novel. Salah satunya yakni drama TV *Full House* yang dihadirkan kembali atau *re-present* dari komik yang berjudul sama. Drama tersebut menggambarkan kehidupan sepasang suami-istri yang terikat oleh pernikahan kontrak. Di dalamnya dapat dilihat permasalahan mengenai dikotomi gender dalam konteks Korea kontemporer.

Semua hal yang memiliki atau menyampaikan tanda dapat memproduksi makna. Namun demikian, tidak ada makna yang bersifat tetap. Ia akan berubah dari satu kebudayaan ke kebudayaan lainnya, dari satu periode ke periode lainnya (Hall, 1997: 61). Hall menjelaskan, dalam sistem representasi terdapat tiga pendekatan yang berbeda, yakni:

1. *Reflective/mimetic approach*

Dalam pendekatan ini disebutkan bahwa bahasa bekerja secara sederhana merefleksikan atau meniru kebenaran yang sudah ada sebelumnya dan berfungsi sebagai makna tetap.

2. *Intentional approach*

Adalah pendekatan yang menyampaikan makna yang sebenarnya adalah makna yang disampaikan oleh si pembicara atau penulis.

### 3. *Constructionist approach*

Makna yang dihasilkan adalah makna yang berdasarkan interpretasi atau penafsiran si pembaca atau pendengar.

Dalam pendekatan konstruksionis, teori yang umumnya digunakan adalah semiotika dari Saussure. Teori ini digunakan untuk menggali makna tentang tanda yang terdapat dalam bahasa. Ilmu ini kemudian dikembangkan oleh Barthes untuk mengkaji tanda dalam kebudayaan populer. Dalam *cultural studies*, pendekatan Barthes banyak digunakan terutama untuk melihat mitos yang berkembang pada masyarakat dan budaya tertentu.

Selain pendekatan semiotika milik Saussure dan Barthes, pendekatan konstruksionis lainnya adalah teori Michael Foucault yang melihat bahwa pengetahuan dapat diproduksi melalui sebuah sistem representasi. Konsep yang dikembangkan olehnya disebut dengan diskursus—wacana (Hall, 1997: 44). Diskursus adalah tindakan sosial, di dalamnya terhubung sistem representasi dengan dunia nyata dimana orang-orang mengalami relasi sosial (Giles dan Middleton, 1999: 65). Foucault menambahkan bahwa manusia memahami dirinya dalam relasinya dengan dunia sosial yang sifatnya tidak tetap ataupun serupa, tetapi pengetahuan tersebut diproduksi secara berbeda pada periode sejarah yang berbeda pula. Menurutnya dibalik pengetahuan tersebut terdapat kekuasaan yang beroperasi. Mereproduksi ‘kebenaran’ adalah hal utama dalam mengkonstruksi, menjaga, dan mempertahankan kekuasaan.

Berdasarkan uraian di atas, obyek dalam penelitian merupakan produk kebudayaan populer dari negara lain (Korea), yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda dengan Indonesia. Oleh sebab itu pendekatan konstruksionis terutama semiotika Barthes akan digunakan karena makna dihasilkan berdasarkan intepretasi pembaca. Makna yang diproduksi dianalisa dengan kode-kode ataupun konvensi yang berlaku dalam kajian sinema sebagai teks.

Drama TV *You're Beautiful* ini mencakup tiga aspek representasi yang telah disebutkan oleh Giles dan Middleton, yakni menggambarkan, mewakili, dan

menghadirkan kembali. Drama TV ini menggambarkan kehidupan grup band idola Korea masa kini melalui pencitraan keempat anggotanya, tiga diantaranya adalah laki-laki. Karena drama ini ditulis dan disutradarai oleh orang-orang Korea, maka drama ini dianggap mewakili kehidupan artis-artis idola (masyarakat) Korea bagi penonton di luar Korea. Dan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, drama ini mengadaptasi film-film Hollywood dan menghadirkannya kembali dengan konteks Asia yang diwakili oleh Korea.

### **2.2.1.2 Identitas**

Identitas adalah konsep tentang siapa kita dan bagaimana hubungannya dengan orang lain di dunia di mana kita tinggal (Woodward, 1997: 1). Identitas berbeda dengan kepribadian. Kepribadian menggambarkan kualitas yang dimiliki seseorang, seperti ramah atau pemalu, akan tetapi identitas memerlukan beberapa elemen pilihan (Woodward, 2004: 6). Contohnya dapat ditunjukkan dengan memilih tim sepakbola mana yang akan didukung dan dibela, karena hal tersebut mengidentifikasikan seseorang sebagai pendukung tim A, bukan tim B.

Identitas memiliki kaitan yang erat dengan representasi (Hall, 1997: 5). Terkadang diperlukan simbol untuk menunjukkan identitas kita seperti lencana, bahasa, ataupun jenis pakaian yang digunakan (Woodward, 2004: 7). Dengan sistem tanda yang direpresentasikan melalui konsep dan simbol-simbol tertentu, seseorang akan mengetahui makna dari menjadi seorang Inggris, Jerman ataupun Jepang.

Terdapat dua pandangan dalam masalah identitas, yaitu pandangan esensialis dan non-esensialis (Giles dan Middleton, 1999: 36). Pandangan esensialis mempercayai bahwa identitas adalah satu hal yang tetap dan tidak dapat berubah. Seorang esensialis akan mempercayai bahwa karakteristik yang dimiliki seorang Asia akan berbeda dengan karakter seorang Eropa, karena hal itu merupakan sesuatu yang dibawa sejak lahir dan sifatnya sudah turun temurun (ibid.: 36). Pandangan non-esensialis menyatakan sebaliknya, identitas adalah satu hal yang cair dan tidak tetap. Dalam pandangan non-esensialis, identitas dilihat sebagai sesuatu yang bersifat terbuka dan selalu mengalami perubahan

Salah satu pendekatan dalam identitas adalah pendekatan konstruksionis yang menyebutkan bahwa identitas terbentuk sebagaimana kita menampilkannya kepada orang lain, dan bagaimana kita melihat orang lain. Identitas merupakan perpaduan antara bagaimana kita melihat diri kita sendiri dan bagaimana orang lain melihat diri kita (Woodward, 2004: 7). Materi yang dimiliki dan situasi finansial dalam lingkungan tempat kita tinggal juga dapat membentuk identitas tersebut (Giles dan Middleton, 1999: 38). Misalnya, identitas seseorang yang tinggal di perumahan kumuh atau elit dapat terlihat dari cara bersikap, berbicara, ataupun berpakaian.

Identitas terbentuk berdasarkan klasifikasi dan didefinisikan oleh persamaan dan perbedaan. Contohnya, seorang Asia tidak dapat menjadi seorang Eropa pada saat yang bersamaan. Hal tersebut menandakan bahwa menjadi orang Asia berarti bukanlah sebagai orang Eropa. Namun identitas dan perbedaan dapat berubah karena waktu, lingkungan dan tempat tinggal (Giles dan Middleton, 1999: 54).

Selain hal tersebut di atas, faktor-faktor sosial juga mempengaruhi identitas dalam beragam cara. Dalam hal ini gender merupakan salah satu dimensi penting dalam identitas. Identitas gender seringkali diasosiasikan dengan beberapa karakteristik feminin dan maskulin (Gove dan Watt, 2004: 46). Contohnya laki-laki seringkali digambarkan sebagai individualistis, percaya diri, dan atletis, sedangkan perempuan sebagai intuitif, perseptif, dan cerdas. Menurut Sandra Bem,<sup>3</sup> ada kalanya seseorang menampilkan sisi feminitas dan maskulinitas pada saat yang bersamaan, tipe ini disebut dengan androgini, sedangkan seseorang yang tidak menampilkan karakter keduanya disebut dengan *'undifferentiated'* (1974; *ibid.*: 54). Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa perempuan dan laki-laki adalah agen yang bebas memilih untuk menampilkan karakteristik yang dianggap sesuai (*ibid.*).

Dalam pandangan feminis, feminitas dan maskulinitas terbentuk berdasarkan pengalaman yang dialami di masa kecil dan menjelang dewasa dalam suatu lingkungan. Feminis mempercayai bahwa seorang perempuan tidak terlahir

<sup>3</sup> Sandra Bem melakukan penelitian tentang gender di AS pada tahun 1970an.

dengan alami untuk menjadi feminin, demikian juga dengan pria dimana maskulinitas tidak dibawa sejak lahir. Feminin dan maskulin merupakan identitas yang dimiliki seseorang yang dipelajari [melalui interaksi sosial] (Giles dan Middleton, 1999: 39).

Representasi melalui kebudayaan juga dapat mengkonstruksi makna dan mendefinisikan identitas. Hal ini dapat juga dilihat dalam kebudayaan populer, misalnya seorang musisi rock akan berpakaian serba hitam, memakai rantai di pinggangnya, dan memanjangkan rambutnya agar terlihat berbeda dengan musisi pop yang lebih santun dalam berpakaian. Contoh bagaimana identitas ditampilkan dan dapat berubah karena situasi dan lingkungan dapat terlihat dalam drama *You're Beautiful*. Di dalam drama ini dapat dilihat tentang identitas seorang perempuan yang berubah dengan cepat. Sesaat sebelumnya, karakter Mi-Nyu adalah seorang calon biarawati. Tetapi karena keinginannya untuk membantu saudara kandungnya, ia berubah menjadi salah seorang anggota grup musik idola di Korea. Sebagian besar perubahan ditunjukkan dengan bagaimana ia berpakaian untuk menampilkan dirinya sebagai seorang pria.

### **2.2.1.3 Teori Paska-Strukturalis: Semiotika Barthes**

Didalam ilmu linguistik, Ferdinand de Saussure menggunakan istilah semiotik yang ia pinjam dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti 'tanda' (Hall, 1997: 36). Semiotik digunakan sebagai pendekatan untuk mempelajari tanda-tanda dalam bahasa. Benny H. Hoed (2011: 3), menjelaskan:

Para strukturalis, ... melihat tanda sebagai pertemuan antara bentuk (yang terdapat dalam kognisi seseorang) dan makna (atau isi, yakni yang dipahami oleh manusia pemakai tanda). De Saussure menggunakan istilah *signifiant* (*signifier*, Ing.; penanda, Ind.) untuk segi bentuk suatu tanda, dan *signifié* (*signified*, Ing.; petanda, ind.) untuk segi maknanya.

Bagi Saussure, produksi makna terletak pada bahasa: 'Bahasa adalah sebuah sistem tanda' (Culler, 1976: 19, dalam Hall 1997: 31). Bunyi-bunyian, citra, bahasa tertulis, lukisan, foto, dan lain-lain yang berfungsi sebagai tanda dalam bahasa merupakan bagian dari sistem konvensi ketika mereka berfungsi untuk mengekspresikan atau menyampaikan ide (ibid.).

Hubungan antara bentuk dan makna bersifat sosial, yakni didasari oleh “kesepakatan” (konvensi) sosial (Hoed, 2011: 3). Contohnya adalah tentang warna merah, sebagian masyarakat menganggap warna merah sebagai warna bahaya atau komunis. Di Indonesia merah merepresentasikan keberanian.

Pada perkembangannya, semiotik menjadi perangkat teori yang digunakan untuk mengkaji kebudayaan manusia (Hoed, 2011: 5). Roland Barthes menggunakan semiotik untuk mengkaji sistem tanda dalam kebudayaan populer. Dalam kumpulan esainya yang ia beri judul *Mythologies* (1957), Barthes membawa pendekatan semiotika untuk membaca fenomena yang terdapat dalam kebudayaan populer. Teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana kita dalam kehidupan masyarakat didominasi oleh konotasi (ibid.).

Barthes dalam *Myth Today* (1993, 99—100) menjelaskan bahwa dalam mitos terdapat tiga pola yang ada dalam sistem semiologi, yakni penanda, petanda, dan tanda. Karena memiliki unsur-unsur yang terbentuk dalam sistem semiologi dan merupakan makna baru dari sistem yang sudah ada sebelumnya, maka mitos dapat dikatakan sebagai semiologi tahap kedua. Tanda yang terdapat dalam sistem pertama (yakni yang memiliki asosiasi sebagai konsep dan citra), menjadi penanda dalam sistem tahap kedua. Berikut adalah skema mitos menurut Barthes:

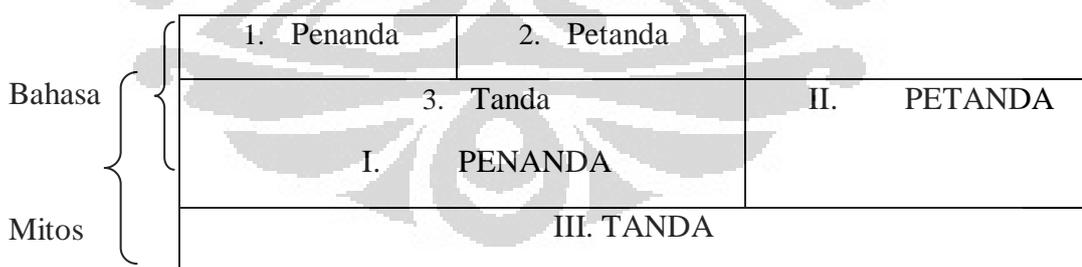


Diagram 2.1 Model Sistem Tanda dalam Teori Mitos Barthes (Barthes, 1993: 103)

Menurut penjelasan Barthes, dapat dilihat dalam mitos terdapat dua sistem semiotik yang saling berkaitan, yang pertama adalah sistem linguistik atau bahasa, yang disebut dengan ‘bahasa-obyek’, karena mitos bergantung pada bahasa untuk membangun sistemnya sendiri. Kemudian mitos itu sendiri disebut dengan metabahasa, karena ia merupakan bahasa kedua yang membicarakan tentang

sistem yang pertama. Dalam metabahasa, seorang peneliti yang menggunakan pendekatan semiotik tidak lagi membicarakan tentang bahasa-obyek, tidak lagi membicarakan secara rinci tentang skema linguisitik. ia hanya perlu memperhatikan tanda yang terbentuk dalam sistem bahasa yang berfungsi sebagai penanda dalam tahap mitos.

Dalam semiotika Barthes dikenal istilah denotasi-konotasi. Denotasi adalah makna primer, sedangkan konotasi adalah makna sekunder. Lebih jelasnya, “konotasi adalah pengembangan segi petanda (makna atau isi suatu tanda) oleh pemakai tanda sesuai sudut pandangnya” (Hoed, 2011: 5). Konotasi yang sudah menguasai masyarakat akan menjadi mitos. Mitos kemudian dianggap menjadi satu hal yang wajar dalam keseharian.

Barthes memberikan contoh mengenai pertandingan gulat dimana ia memperlakukan tanda-tanda yang terdapat di dalamnya sebagai teks untuk dibaca (Hall, 1997: 36). Dibalik pertandingan gulat tersebut terdapat konvensi-konvensi yang berfungsi sebagai kode yang diketahui baik oleh para pegulat maupun oleh para penontonnya. Pertandingan gulat tersebut merupakan sandiwara. Namun demikian, penonton tetap antusias untuk menyaksikan dari awal hingga akhir pertandingan. Konvensi yang paling umum digunakan adalah pada saat kalah, pegulat akan memukulkan salah satu tangannya ke lantai arena untuk mengakui bahwa ia menyerah. Jika konvensi memukulkan tangan ke lantai diubah sebagai tanda kalah, maka maknanya pun akan berubah pula. Hal inilah yang disebut oleh Barthes sebagai mitos karena masyarakat sudah menganggapnya sebagai satu hal yang wajar.

Semiotika digunakan untuk memaknai tanda-tanda yang ada dalam kebudayaan populer. Tak hanya bahasa tertulis saja, namun juga lukisan, foto, musik ataupun film dianggap sebagai tanda yang menjadi obyek bahasa dalam sistem mitos. Dalam penelitian ini obyeknya adalah citra visual yang disajikan melalui drama TV *You're Beautiful*. Drama TV merupakan salah satu produk kebudayaan populer, dimana terdapat tanda-tanda yang memiliki makna di dalamnya. Oleh sebab itu penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik Barthes yang banyak mengkaji kebudayaan-kebudayaan populer.

## 2.3 Studi Tentang Maskulinitas<sup>4</sup>

Penelitian ini membahas maskulinitas dalam kebudayaan populer. Berikut adalah uraian mengenai maskulinitas:

### 2.3.1 Konstruksi Gender: Maskulinitas

Maskulinitas dapat didefinisikan sebagai cara menjadi pria sesuai apa yang diterima oleh masyarakat. MacInnes (1998; dalam Beynon, 2002: 2) menyebutkan bahwa maskulinitas terbentuk karena adanya fantasi bagaimana seorang pria itu seharusnya seperti apa dan bagaimana. Maskulinitas terkonstruksi agar orang-orang tahu harus bagaimana dalam hidupnya. Contoh yang paling umum adalah, seorang pria dilarang menangis karena menangis adalah sifat perempuan.

Pencitraan maskulinitas sendiri berbeda di setiap periodenya. Dalam *Exhibiting Masculinity* (1997), Sean Nixon menjelaskan bahwa di era 1980an-1990an, ciri-ciri visual maskulin biasanya adalah pria dengan tubuh tegap dan kekar, memiliki dada dan lengan yang berotot. Hal tersebut dapat dilihat dalam beberapa kampanye produk celana jeans untuk pria, yang memperlihatkan bagian atas tubuh model yang kekar dan berotot. Sedangkan menurut Metcalf dan Humphries (1985; dalam Nixon, 1997: 296), maskulinitas memiliki karakter yang keras/kasar, berjiwa kompetitif, dan cenderung emosional dan dingin. Selain itu maskulinitas juga dicirikan dengan menjaga jarak terhadap hubungan yang melibatkan emosi, baik terhadap ayah maupun dengan pasangan.

Selain dikategorikan oleh fisik dan emosi, maskulinitas juga dapat dicirikan lewat gaya berpakaian. Dalam era 1980an—1990an di Amerika, menurut Nixon gaya berpakaian maskulin terbagi kedalam tiga kategori, yaitu gaya jalanan, gaya Italia-Amerika, dan gaya konservatif Inggris. Di dalam gaya jalanan ada perpaduan antara kelembutan anak laki-laki dan ketangguhan pria dewasa. Sedangkan dalam gaya Italia-Amerika maskulin cenderung digambarkan dengan gaya macho. Dan dalam kategori konservatif Inggris, lebih ditekankan pada kualitas dan tradisi yang dapat terlihat dari bahan-bahan yang dipakai.

<sup>4</sup> Studi mengenai maskulinitas ini terdapat dalam sejumlah buku yang ditulis melalui sudut pandang pemikiran Barat, seperti maskulinitas di Amerika dan Eropa. Sedangkan studi maskulinitas dalam masyarakat Korea akan dijelaskan di bab 3.

### 2.3.2 Peran Pria dan Maskulinitas

Isu mengenai maskulinitas amat sulit dipahami. Menurut R.W. Connel dan Raewyn Connel dalam *The Men and the Boys* (2000), agar dapat memahaminya terlebih dahulu kita harus mengetahui tentang “*sex roles*” atau peran seks, yakni peran yang dijalani oleh pria dan wanita. Dalam konsep yang dikembangkan dalam antropologi sejak tahun 1930an ini, dituturkan bahwa peran seks adalah pola yang diterapkan dalam satu masyarakat mengenai norma-norma atau perilaku yang diharapkan dilakukan oleh pria dan wanita, yang dipelajari sejak kecil melalui proses “sosialisasi” (Connel & Connel, 2000: 7).

Pada perkembangannya, dalam gerakan feminis di tahun 1970an, peran seks ini dirasakan amat mengekang perempuan. Mereka menuntut adanya kesetaraan dengan pria, baik di ruang publik maupun domestik. Tak hanya wanita, kaum pria yang mendukung gerakan ini juga merasa terkekang oleh peran seks tersebut (ibid.: 7—8). Peranan ini terkadang memberikan dampak negatif terhadap pria yang diharapkan berperilaku sesuai dengan norma-norma yang ada. Misalnya, sangat tabu bagi seorang lelaki untuk menangis di depan umum karena satu persoalan. Seorang pria biasanya diharapkan untuk bersikap tegas dan kuat, sedangkan pada umumnya masyarakat beranggapan bahwa menangis merupakan sifat seorang wanita.

Konsep maskulinitas dalam literatur berbahasa Inggris seringkali didefinisikan dengan kata jamak, yakni *masculinities*. Hal ini dikarenakan pengertian tentang maskulinitas berbeda-beda di setiap tempat dan kebudayaannya. Kebudayaan yang berbeda, dan periode serta sejarah yang berbeda akan mengkonstruksi konsep gender yang berbeda pula (ibid.: 10).

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh John Beynon<sup>5</sup> dalam bukunya yang berjudul *Masculinities and Cultures*, yakni maskulinitas terinterpolasi oleh budaya, sejarah dan geografis, dan pada saat ini terpengaruh oleh gerakan feminis

<sup>5</sup> John Beynon adalah seorang pengajar di bidang Media, Kajian Kebudayaan dan Komunikasi di University of Glamorgan, Wales, Inggris. Buku-buku yang pernah ditulis dan diterbitkan bersama David Dunkerley adalah *Perspectives on Globalization* (1999) dan *Globalization: The Reader* (2000). Diambil dari <<http://www.mcgraw-hill.co.uk/html/0335199895.html>>, diakses pada tanggal 10 Juni 2011.

dan homoseksual yang meletupkan keseragaman konsep maskulinitas, bahwa seksualitas bukan lagi sesuatu yang tetap ataupun yang dibawa sejak lahir (2002: 1). Oleh karenanya, makna mengenai maskulinitas tidak lagi tetap karena ia sudah terkonstruksi oleh masyarakat dan budaya. Beynon menambahkan, maskulinitas bukan bagian dari genetik laki-laki yang dibawa ketika mereka dilahirkan; melainkan bahwa maskulinitas merupakan sesuatu yang terbentuk dan teralkulturasi oleh perilaku sosial dimana mereka mempelajarinya dan menirunya dengan cara yang sesuai (ibid.: 2).

Maskulinitas yang terbentuk oleh budaya dapat kita lihat dalam kebudayaan Arab. Seorang pria di Arab pada umumnya berkumis dan berjanggut untuk membedakan dirinya dengan wanita. Dalam kebudayaan lainnya, untuk menunjukkan kemaskulinannya dapat diperlihatkan dengan serangkaian tato seperti pria dalam suku Dayak. Walaupun para wanita juga dapat memiliki tato, tapi makna dari tato tersebut berbeda. Tato diberikan kepada laki-laki atas jasanya dalam peperangan ataupun karena ia sudah melakukan perjalanan jauh ke kampung-kampung lainnya yang jaraknya ribuan kilometer (Sandipa, 2010).<sup>6</sup> Sedangkan tato pada wanita biasanya diberikan atas dasar religius, dan bagian tubuh yang ditato biasanya hanya lengan dan kaki saja (ibid.).

Definisi maskulinitas yang beragam tidak duduk berdampingan, ada ketentuan sosial di dalamnya. Maskulinitas pun berhubungan dengan hirarki, oleh sebab itu dalam satu masyarakat terdapat maskulinitas dominan (hegemonik) dan maskulinitas yang terpinggirkan (Connel & Connel, 2000: 10). Adanya hirarki ini bukan saja hanya antara pria dengan pria, namun juga pria dengan wanita. Hal tersebut ditemukan di hampir semua kebudayaan.

<sup>6</sup> Tumanggung Sandipa. *Arti dan Makna Tato bagi Masyarakat Dayak di Kalimantan*. 2010. Diakses 25 Mei 2011. <<http://banuahujungtanah.wordpress.com/2010/03/10/arti-dan-makna-tato-bagi-masyarakat-dayak-di-kalimantan/>>

<sup>7</sup> Rebecca Feasey adalah pengajar senior dalam bidang film dan media komunikasi di Universitas Bath, Inggris. Buku-buku yang pernah ditulisnya berorientasi pada kebudayaan populer. Diambil dari <<http://books.google.co.id/books?>>, diakses pada tanggal 10 Juni 2011.

Laki-laki hegemonik adalah laki-laki yang kuat, sukses, kompeten, serta otoriter yang mendapatkan reputasinya dari tempat ia bekerja dan meraih harga dirinya di area publik (Feasey, 2008: 2—3). Secara singkat, konsep kelelakian yang dominan adalah “*a man in power, a man with power, and a man of power*” (Kimmel, 2004 : 184; *ibid.* : 3). Dengan kata lain maskulinitas dominan adalah lelaki yang memiliki kekuatan dan berkuasa. Feasey menuturkan:<sup>7</sup>

bentuk dari maskulinitas ini dapat dikatakan sebagai gambaran ideal bagi pria ketika mereka dinilai, diuji, dikualifikasikan, sehingga maskulinitas dominan ini menjadi penilaian standar dalam bidang psikologi, penelitian sosial ... [dan berbagai jenis] literatur yang mendidik pemuda untuk menjadi pria yang sesungguhnya (*ibid.*)

Maskulinitas dominan ini biasanya bukanlah yang paling nyaman untuk dijalankan. Namun demikian “hal tersebut tidak ... mengurangi kredibilitasnya sebagai maskulinitas standar yang diharapkan oleh lelaki” (MacKinnon, 2003: 115; dalam Feasey, 2008: 3). Messner (1992; dalam Connel & Connel, 2000: 11), memberikan contoh tentang olahraga sepakbola yang dianggap sebagai olahraga maskulin dan yang paling dominan dalam dunia Barat, oleh sebab itu banyak pria yang menginginkan menjadi seorang pesepakbola. Olahraga ini, memiliki berbagai macam aturan, disiplin, rutinitas, serta dibayang-bayangi oleh cedera, sepakbola bukanlah olahraga yang paling nyaman. Namun demikian, kaum pria banyak yang memimpikan menjadi pesepakbola. Dapat dikatakan bahwa maskulinitas hegemonik ini merupakan maskulinitas yang paling diinginkan dan yang paling dihormati (*ibid.*: 11).

Yang menjadi fokus utama dalam maskulinitas hegemonik ini adalah laki-laki mendapat keuntungan dari dominasinya atas kaum perempuan (Carrigan dkk., 1985; dalam Feasey, 2008: 3). Menurut Kimmel, seperti yang dikutip oleh Feasey, menjadi seorang laki-laki adalah ‘tidak menjadi seorang perempuan’, dengan mengesampingkan usia, etnisitas, kelas, ras ataupun orientasi seksual dari lelaki, dengan demikian kita dapat mengetahui bahwa anti feminitas merupakan konsep yang terbentuk karena sejarah tentang kelelakian, sehingga maskulinitas

<sup>7</sup> Rebecca Feasey adalah pengajar senior dalam bidang film dan media komunikasi di Universitas Bath, Inggris. Buku-buku yang pernah ditulisnya berorientasi pada kebudayaan populer. Diambil dari <<http://books.google.co.id/books?>>, diakses pada tanggal 10 Juni 2011.

didefinisikan lebih kepada bagaimana seorang itu ‘bukan’ daripada seorang itu sebagai ‘siapa’.

Saat ini, keistimewaan maskulinitas lama telah hilang (MacInnes, 1998: dalam Beynon, 2002: 5). Peran laki-laki tidak lagi hanya sebagai ayah, suami, pekerja, dll. Saat ini, mereka bahkan dengan senang hati akan bertukar posisi untuk melakukan pekerjaan domestik dengan pasangannya. Hal tersebut menandakan perubahan setelah pertengahan abad ke-20 dimana masyarakat mengaitkan maskulinitas dengan “menjadi seorang pria” dan feminitas dengan “menjadi seorang perempuan”. Kedua hal tersebut dianggap tetap dan alamiah karena sudah ada sejak lahir.

Menurut Beynon, pada saat ini, situasi tersebut sudah berubah dimana peran dan nilai baik bagi laki-laki maupun perempuan sudah semakin serupa, sehingga keduanya dapat memilih sesuai dengan yang mereka kehendaki (2002: 6). Hasil dari perubahan tersebut kemudian ditandai dengan adanya istilah hibriditas maskulinitas (ibid.), yakni dimana seorang perempuan memiliki sifat maskulin dan seorang laki-laki memiliki sifat feminin. Salah satu contohnya adalah perawat laki-laki yang harus bersikap lembut, “*nurturing*” dan “*caring*”, yaitu atribut-atribut yang diasosiasikan dengan feminitas (Morgan, 1992; dalam Beynon, 2002: 8).

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, maskulinitas terbentuk oleh sosial (masyarakat), budaya, dan sejarah. Maskulinitas tidak pernah konkret, ia memiliki kapasitas untuk selalu termodifikasi dan berubah. Sebagai contoh, jika usia seorang pria bertambah, maka sensitifitas dan ekspresinya terhadap kemaskulinanpun akan berubah, sebagaimana dunia berputar di sekitarnya (ibid.).

Maskulinitas yang memiliki kapasitas untuk berubah dapat terlihat dalam definisi maskulin di tahun 1980an, yang ketika itu identik dengan olahraga, sedangkan pria yang suka menari dianggap aneh dan tidak sesuai dengan norma yang berlaku (ibid.: 11). Namun saat ini maskulinitas dan feminitas sifatnya sudah lebih cair, bahkan identitas seorang wanita ataupun laki-laki seringkali berada di

tengah-tengahnya. Beberapa contohnya adalah seperti di bawah ini (ibid.: 12—13):

- a. Seorang ayah yang melakukan pekerjaan rumah tangga di saat pasangannya pergi bekerja.
- b. Lelaki yang terlihat kuat, dapat menangis tersedu-sedu (dapat dilihat dalam olahraga sepak bola, jika salah satu tim kalah dalam pertandingan final, mereka tidak akan sungkan untuk menangis).

Dalam maskulinitas tradisional, pria digambarkan dengan badan yang berotot, dapat menahan kelembutan, emosi dan tanda-tanda kerapuhan (ibid.: 15). Cornwall dan Lindisfarne (1994: 1; dalam Beynon 2002, 16), mengemukakan tentang “lelaki baru” yang citranya terkonstruksi dalam papan iklan, televisi, majalah dan surat kabar. Laki-laki baru digambarkan dengan laki-laki yang lebih perhatian, sensitif, ekspresif, dan bersedia melakukan pekerjaan domestik (ibid.:17).

### **2.3.3 Peran Pria dan Maskulinitas dalam Kebudayaan Populer**

Opera sabun<sup>8</sup> yang lahir di Amerika awalnya terfokus pada kehidupan rumah tangga, masalah keluarga, kesulitan yang dialami perempuan dalam wilayah domestik dan perempuan kuat, dikatakan sebagai hal yang menarik perhatian penonton perempuan (Feasey, 2008: 7). Format opera sabun kemudian banyak diadaptasi oleh negara-negara lain, seperti Mexico dan Venezuela dengan telenovelanya ataupun Jepang dengan doramanya (drama TV). Opera sabun dan telenovela memiliki beberapa kemiripan, misalnya tokoh utama wanita yang mengalami banyak kesulitan (umumnya masalah rumah tangga) sebelum akhirnya ia meraih kesuksesan dan mendapatkan kebahagiaan.

Drama Korea disebut-sebut menggambarkan sosok wanita Korea yang mandiri yang telah memiliki kesetaraan dengan pria. Namun demikian, citra perempuan yang direpresentasikan dalam drama Korea masih bersifat kontradiktif

<sup>8</sup> Istilah ‘sabun’ diciptakan oleh jurnalis Amerika karena program tersebut disponsori oleh perusahaan deterjen seperti Procter and Gamble (yang mengiklankan produknya selama siaran berlangsung) dan ‘opera’ karena kecenderungannya dalam mendramatisir kehidupan dalam rumah tangga (Feasey, 2008: 8).

karena mereka masih berada di ruang lingkup sistem yang patriarkal (Li, 2008: 8-9). Terkadang mereka digambarkan sebagai makhluk yang lebih lemah dibandingkan dengan lelaki dan masih terikat pada tanggung jawab domestik (Kim, 2005; Ma, 2007; dalam Li, 2008: 9). Representasi wanita dalam drama Korea menurut Li menunjukkan adanya negosiasi peran gender bagi perempuan dengan konsep ideologi patriarkal yang masih kuat dalam masyarakat Korea saat ini.

Seperti yang sudah diuraikan sebelumnya, drama TV adalah salah satu genre yang erat hubungannya dengan perempuan. Karenanya, banyak penelitian terdahulu yang terfokus pada isu feminitas yang direpresentasikan melalui drama TV. Rebecca Feasey dalam bukunya yang berjudul *Masculinity and Popular Television*, mengatakan, penelitian tentang representasi perempuan dalam opera sabun berkembang karena status televisi yang dianggap sebagai medium domestik yang menargetkan kosumen perempuan selama tahun 1950an, dan perkembangannya semakin pesat ketika gelombang kedua feminisme muncul di tahun 1970an (2008: 2). Ketika itu maskulinitas dan heteroseksual cenderung terabaikan karena dimaknai sebagai satu hal yang tetap dan tidak berubah, karena dianggap tidak tergantikan, maka maskulinitas tidak pernah dipermasalahkan. Namun sama halnya dengan feminitas yang dikategorikan terkonstruksi oleh masyarakat karena seringkali diasosiasikan dengan *make-up*, gaya rambut, dan cara berpakaian, maskulinitas pun lebih terbentuk oleh lingkungan dan budaya daripada oleh faktor biologis ataupun yang dibawa sejak lahir (ibid.: 2).

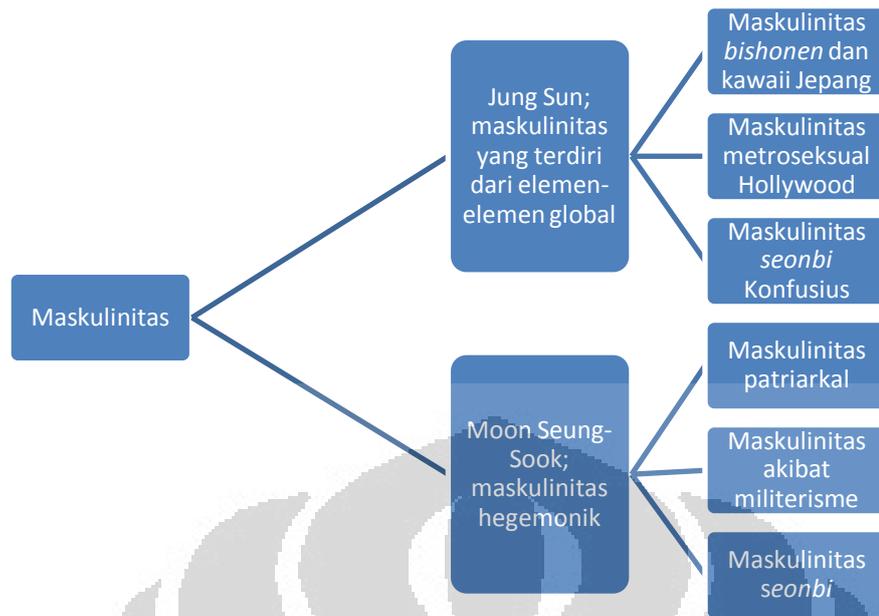
Oleh sebab itu, untuk menarik penonton pria dan pengiklan yang lebih banyak lagi, industri perfilman (terutama di Barat) semakin mengembangkan genrenya dan menempatkan pria sebagai tokoh utamanya. Beberapa drama TV Hollywood yang memiliki tokoh utama pria adalah *Smallville* dan *24*. *Smallville* adalah serial yang mengisahkan tentang kehidupan Clark Kent—Superman, di masa remajanya, sedangkan *24* adalah serial tentang drama polisi yang penuh dengan adegan perkelahian dan baku tembak. Dari kedua judul serial ini, pria tidak lagi menjadi peran pendukung seperti yang ada pada opera-opera sabun

terdahulu. Karakter tokoh utama pria saat ini merupakan tokoh protagonis yang cukup kompleks, kemudian juga kuat dan berkuasa (Root, 1986: 72; *ibid.*: 9).

Dalam sebuah opera sabun kita dapat melihat bagaimana maskulinitas direpresentasikan. Terkadang transformasi yang paling dramatis dalam sebuah opera sabun tidak selalu mencakup jalan cerita yang maskulin, tetapi lebih kepada tantangan pada maskulinitas dominan yang hadir karena ekspresi seorang pria yang menunjukkan perasaan dan pemikirannya yang terdalam (*ibid.*: 10). Feasey memberikan contoh tentang drama TV yang berjudul *EastEnders* yang ditayangkan oleh BBC Inggris pada tahun 2006. Di dalam drama ini, tokoh utama prianya tanpa ragu mengungkapkan permasalahannya kepada orang lain dan menunjukkan kesedihannya dengan menangis. Adegan dalam drama tersebut membalikan stereotype maskulinitas bahwa pria dilarang untuk menangis. Hal demikian menunjukkan tentang “pria baru” yang cenderung sensitif.

#### **2.4 Model Analisis Maskulinitas**

Dalam tesis ini, model analisis maskulinitas yang digunakan terangkum dalam berbagai artikel dan buku yang ditulis oleh para peneliti yang berasal dari Korea. Peneliti yang dimaksud adalah Moon Seung-Sook yang menulis artikel *The Production and Subversion of Hegemonic Masculinity: Reconfiguring Gender Hierarchy in Contemporary South Korea* (2002), yang mengungkapkan tiga komponen utama dalam maskulinitas hegemonik di Korea. Selain Moon, model analisis lainnya yang digunakan adalah model analisis milik Jung Sun (2011). Ia mengaplikasikan analisis milik Moon dan juga konsep maskulinitas yang dikenalkan oleh Koichi Iwabuchi dalam tulisannya mengenai kebudayaan populer di Korea. Kedua penulis tersebut juga banyak mengaplikasikan konsep maskulinitas Konfusius yang telah mengakar pada masyarakatnya. Sedangkan mengenai musik pop sebagai kebudayaan populer, akan digunakan model analisis Heather A. Willoughby. Artikel milik Willoughby diaplikasikan dalam tesis ini. karena ia membahas tentang pentingnya citra bagi para pelaku di dalam industri musik Korea. Hal tersebut merupakan salah satu isu dalam penelitian ini. Berikut adalah model analisis maskulinitas yang akan digunakan dalam penelitian ini:



Grafik 2.1 Model Analisis Maskulinitas

Dari model analisis di atas, dapat dilihat bahwa untuk menganalisis maskulinitas akan digunakan dua sumber primer, yakni Jung Sun yang membahas mengenai maskulinitas Korea kontemporer yang terpengaruh oleh elemen-elemen maskulinitas global seperti maskulinitas *bishonen* dan *kawaii* Jepang, maskulinitas metroseksual Hollywood, serta maskulinitas *seonbi* Konfusius. Sedangkan dalam model analisis milik Moon Seung-Sook dapat dilihat mengenai maskulinitas hegemonik dalam masyarakat Korea kontemporer, yakni maskulinitas patriarkal, maskulinitas akibat wajib militer, serta maskulinitas *seonbi*.

## BAB 3

### KEBUDAYAAN TRADISIONAL DAN KEBUDAYAAN POPULER KOREA

Isu dalam penelitian ini adalah maskulinitas yang direpresentasikan melalui drama TV Korea *You're Beautiful* yang berlatar belakang tahun 2009. Dengan demikian, konteks dalam penelitian ini adalah masyarakat Korea kotemporer. Dalam bab ini, akan diuraikan lebih lanjut mengenai Korea dari aspek masyarakat, kebudayaannya, serta *Korean Wave* sebagai kebudayaan populer, terutama drama TV dan musik popnya.

#### 3.1 Korea Selatan

Korea adalah sebuah semenanjung kecil yang menghadap Manchuria di China dan di sebelah utara menghadap provinsi Littoral, Rusia . Korea terletak di tengah segitiga Cina-Jepang-Rusia, sehingga menjadikannya sebuah negara strategis. Menurut Park Won dalam *Traditional Korean Thought* (2006: 12), Korea pernah diduduki oleh Cina pada abad ke-3 dan mendapat invasi dari Mongol pada abad ke-14, dan Jepang pada abad ke-16. Kemudian Jepang kembali menginvasi pada tahun 1910—1945. Di tahun 1948 terjadi perpecahan yang mengakibatkan terjadinya Perang Korea pada tahun 1950—1953. Perpecahan tersebut menyebabkan berdirinya Korea Selatan yang menganut demokrasi dan Korea Utara yang menganut paham komunis.



Gb. 3.1 Peta wilayah Korea Selatan  
Sumber <http://www2.gol.com/users/graham/kunsan.html>

Luas wilayah Korea Selatan adalah 99.200 km<sup>2</sup>, hanya 3/5 luas wilayah Jepang atau 2/3 luas wilayah Italia. Berdasarkan sensus yang dikeluarkan oleh National Statistical Office pada 20 Desember 2001, jumlah penduduk Korea Selatan adalah 47.800.000 jiwa. Kepercayaan yang dianut oleh penduduk Korea adalah Budha (50,7%), Kristen (19,7%), Katolik (6,6%), Konfusius/Khonghucu (0,2%), dan sisanya adalah pemeluk Islam, Shaman (tradisi pemujaan terhadap arwah), dan Cheongdogyo<sup>1</sup> atau “jalan surga” (Park, 2006: 12).

Dalam masyarakat Korea, terdapat dua sistem pemikiran yang memiliki pengaruh kuat terhadap tradisi kebudayaan dan filosofinya, yakni Buddhisme dan Konfusianisme (Park, 2006: 58). Agama Buddha pertama kali memasuki Koguryeo pada tahun 372 dan mencapai puncaknya pada masa dinasti Koryeo (918—1392). Pengaruh Buddha dalam masyarakat Korea dapat terlihat dalam sejumlah literturnya yang mempercayai adanya kehidupan setelah kematian atau reinkarnasi (ibid.: 73).

Selain agama Buddha, Korea juga mendapat pengaruh kuat dari Konfusianisme. Ajaran ini berkembang pada masa dinasti Joseon dan menjadi dasar sistem politik dan pendidikan di Korea hingga akhir masa pemerintahan Joseon (ibid.: 85—6). Pengaruh Konfusianisme dalam kehidupan Korea modern masih sangat kuat. Hal ini dapat dilihat pada aturan sopan-santun, serta etika masyarakat Korea. Pengaruh Konfusianisme dapat dilihat juga dalam pembentukan konsep maskulinitas yang berkembang dalam masyarakat Korea kontemporer seperti yang akan dijelaskan selanjutnya.

### **3.1.1 Struktur Sosial Masyarakat Korea**

Sistem patriarki di Korea sangat kuat. Oleh karenanya mereka lebih mengutamakan laki-laki di hampir setiap bidang. Hal ini menurut beberapa

<sup>1</sup> Cheongdogyo merupakan agama yang berasal dari Korea yang didirikan oleh Cho Je-U pada tahun 1860. Tidak seperti agama-agama pada umumnya yang menjajikan surga setelah kematian, ajaran Cheongdogyo justru berupaya untuk ‘mendirikan’ surga di dunia untuk memperbaiki kualitas hidup. Pada masa invasi Jepang, agama ini berperan dalam pergerakan sosial untuk melindungi negaranya. Setelah kemerdekaan, Cheongdogyo lebih terfokus pada masalah spiritual. Pada saat ini, penganut Cheongdogyo di Korea berjumlah sekitar 200.000 orang (Chung Ah-Young. “Chondogyo: from social movement to spiritual practice.” 28 Februari 2011. <[http://www.koreantimes.co.kr/www/news/at/2012/01/293\\_82197.html](http://www.koreantimes.co.kr/www/news/at/2012/01/293_82197.html)>. Diakses 28 Januari 2012).

peneliti tidak dapat dipisahkan dari Konfusianisme yang telah mengakar dalam masyarakatnya (Moon, 2002: 82). Ini terutama terjadi pada masa dinasti Joseon, yang ketika itu terdapat perbedaan jelas antara peran laki-laki dan wanita. Contohnya, seorang laki-laki dapat mengenyam pendidikan formal, sedangkan wanita tidak diijinkan untuk mendapatkannya. Ketika dinasti Joseon berakhir sekitar tahun 1910, pemikiran Barat, baik itu pandangan agama maupun teknologinya, mulai memasuki Korea. Sejak saat itu terjadi perubahan pada masyarakat Korea untuk membangun negaranya lebih industrialis.

Pada masa dinasti Joseon, kaum wanita bergantung pada pria yang berperan sebagai pencari nafkah. Di masa industrialisasi, peran pria tersebut semakin dikukuhkan. Menurut Moon, pada masa industrialisasi ini terbentuk maskulinitas modern yang mulai muncul pada tahun 1930an (ibid.: 84). Pada umumnya, industri identik dengan pekerjaan berat yang memerlukan fisik dan tenaga yang kuat. Oleh sebab itu, peran ini diambil oleh laki-laki, sedangkan wanita hanya mengurus masalah domestik saja. Di tahun 1960an, pemerintah Korea Selatan menetapkan hukum bahwa setiap kepala keluarga wajib menjadi tulang punggung bagi keluarganya (ibid.: 85). Dapat dilihat bahwa laki-laki di Korea memiliki peran penting bagi keluarganya sebagai pencari nafkah.

Di tahun 1980an mulai terjadi perubahan dalam masyarakat Korea Selatan. Seorang perempuan miskin yang telah menikah boleh bekerja. Akan tetapi, ia memandang tugas utamanya adalah sebagai ibu rumah tangga (ibid.: 85). Dengan kata lain pasangan suami istri yang sama-sama bekerja, pekerjaan rumah tangga seperti mengurus rumah dan membesarkan anak tetaplah menjadi tanggung jawab seorang istri, dan seorang suami tidak berpartisipasi dalam masalah rumah tangga (KWDI, 1991: 166—167; KWDI, 1985: 150-152; dalam Moon 2002: 81).

Tidak hanya dalam kehidupan berumah tangga dan pekerjaan, dunia militer pun sering kali disebut sebagai wilayah eksklusif pria. Menurut Moon, perekrutan wanita di dalam militer tidak untuk dikirim ke medan perang, melainkan hanya bekerja di bidang administratif saja. Seorang perempuan yang bekerja di sini tidak diperkenankan untuk memiliki jenjang karir yang tinggi

seperti pria. Hal inilah yang kemudian menjadikan militer sebagai organisasi hirarki eksklusif di antara pria (Moon, 2001: 89).

Pria muda dan sehat di Korea Selatan wajib mengikuti pelatihan militer yang ditetapkan dalam jangka waktu tertentu. Wajib militer ini diadakan oleh pemerintahnya akibat Perang Korea yang menyebabkan jumlah kematian yang banyak. Oleh sebab itu, sejak tahun 1957, pemerintah Korea Selatan menetapkan wajib militer bagi kaum pria (ibid.: 91). Wajib militer bagi kaum pria di Korea Selatan merupakan suatu kebanggaan bagi mereka yang telah mengikutinya. Masyarakat Korea Selatan pada umumnya menganggap bahwa wajib militer adalah tugas pria untuk melindungi negara dan sebagai persiapan untuk menjaga keluarganya (ibid.: 95).

Keistimewaan laki-laki dan otoritasnya tidak hanya dapat dilihat dari perannya dalam rumah tangga dan wajib militer sebagaimana telah dipaparkan di atas, tetapi juga dapat dilihat dalam sejumlah drama Korea, baik itu yang memiliki latar waktu Korea masa lalu ataupun Korea modern. Adapun keistimewaan laki-laki yang dibahas dalam penelitian ini adalah keistimewaan yang dapat dilihat dalam drama Korea modern.

### **3.2 Kebudayaan Populer Korea**

Sejarah pertelevisian baik di Indonesia maupun Korea tidak terlepas dari isu politik. Seperti yang telah disebutkan dalam bab 1, stasiun TVRI yang berdiri pada masa Orde Lama selanjutnya merupakan satu-satunya stasiun TV di Indonesia yang hadir untuk melanggengkan kekuasaan pemerintahan Orde Baru. Barulah kemudian di awal tahun 1990an, beberapa stasiun TV swasta ikut meramaikan dunia hiburan di tanah air.

Sedangkan di Korea, karena pengambil alihan kekuasaan oleh Chun Doo-Hwan pada Desember 1979, beberapa stasiun TV komersil ditutup dan hanya menyisakan dua stasiun TV milik pemerintah, yakni KBS dan MBC (Howard, 2002: 81). Dan setelah melegalkan salah satu stasiun TV swasta, yakni stasiun TV SBS di akhir 1990, kebudayaan populer di Korea meningkat tajam. Hal ini, selain karena dukungan pemerintah, yang ingin memajukan industri lokal, juga karena

antusiasme para sineas muda dan masyarakatnya yang mulai jenuh terhadap dominasi Hollywood (Shim, 2008: 15-31).

Menurut Shim, ketiga stasiun TV tersebut mulai melakukan “perang” untuk meraih jumlah penonton yang tinggi melalui drama-drama serial yang dibuatnya. Oleh sebab itu, sejak akhir 1990an, mereka berlomba-lomba membuat cerita drama TV sebagus dan semenarik mungkin yang dipadukan dengan sinematografi yang indah, yang banyak di antaranya mengambil latar pemandangan Korea itu sendiri. Drama-drama tersebut menarik perhatian banyak penggemarnya yang kemudian membuat ruang diskusi di dunia maya. Diskusi tersebut menjadi perhatian pihak stasiun TV untuk mengetahui kelemahan drama yang dibuatnya sehingga mereka akan mendapatkan penggemar yang setia. Dan untuk semakin membuat sebuah drama menarik, terkadang pihak stasiun TV mengundang penggemarnya untuk ambil bagian dalam drama tersebut. Walaupun perannya kecil, tetapi para penggemar ini senang karena bisa bertemu dan bermain dengan idolanya.

Seperti diketahui, bahwa negara-negara di Asia pada tahun 1997—98, termasuk salah satunya adalah Korea Selatan, terkena dampak krisis moneter Asia. Tetapi hal tersebut tidak berlangsung lama. Salah satunya dikarenakan atas inisiatif Presiden Kim Dae-Jung, pemerintah Korea mulai menargetkan ekspor kebudayaan Korea sebagai sumber perekonomiannya (Sung, 2008). Presiden Kim Dae-Jung yang diangkat pada tahun 1998, di tahun 1999 membuat Dasar Hukum untuk promosi industri kebudayaan dengan alokasi dana sekitar 148,5 juta dolar untuk proyek tersebut (ibid.).

Pada akhir tahun 1990an, drama-drama TV Korea kemudian mulai diekspor ke negara-negara di kawasan Asia Timur, seperti ke Cina, Taiwan, dan Jepang. Harga drama Korea tidak semahal drama-drama dari negara lain, sehingga negara-negara tersebut terus menerus mengimpor drama Korea. Karena masalah krisis keuangan global, terutama di Asia yang terjadi pada akhir 1990an, harga drama Korea yang lebih murah dibandingkan harga drama negara-negara lain, menyebabkan negara-negara yang mengimpor drama TV Korea semakin banyak sehingga hal tersebut semakin meningkatkan pemasukan bagi Korea Selatan.

Hal tersebut di atas dapat dilihat dalam artikel yang ditulis oleh Ratih Pratiwi Anwar<sup>2</sup> yang berjudul *Menengok Sinetron Korea* (2005). Ratih menuturkan “meski pada awalnya sinetron produksi Korea diproduksi untuk konsumsi domestik, ternyata belakangan menghasilkan devisa yang lumayan besar bagi perekonomian Korea dan memberikan *multiplier effect* ke sektor pariwisata.” Diketahui bahwa penggemar drama-drama Korea, terutama dari kawasan Asia Timur sangat menggemari paket pariwisata ke Korea yang nantinya mengunjungi lokasi-lokasi pembuatan drama tersebut. Berdasarkan data yang didapatkan dari Asosiasi Perdagangan Internasional Korea, *Korean Wave* menambah pendapatan Korea melalui penjualan sejumlah *merchandise*, ekspor film dan drama TV, dan pariwisata ke sejumlah tempat di negara tersebut sekitar US\$ 1,87 trilyun pada tahun 2004.<sup>3</sup> Karena gelombang ini pula, pada tahun 2004 jumlah turis asing yang mengunjungi Korea meningkat hingga 67 persen jika dibandingkan dengan jumlah pengunjung pada tahun sebelumnya.

Hingga saat ini drama TV Korea masih disukai oleh penggemarnya. The Korea Herald (2008: 142—5) dalam wawancaranya dengan Tom Larsen, direktur YA Entertainment, distributor drama TV Korea terbesar Amerika Serikat, menuturkan tentang beberapa keunggulan drama TV Korea dibanding serial Hollywood, yakni:

- Setiap judul drama TV Korea memiliki satu set saja dari awal hingga akhir yang hanya terdiri dari 16 hingga 24 episode. Karenanya penggemar drama TV Korea akan ketagihan untuk melihat dari awal hingga akhir selama semalaman karena sudah mengetahui akan berakhir pada episode berapa. Sedangkan serial Hollywood berlangsung selama bermusim-musim dan tidak ada kejelasan dalam akhir cerita, sehingga penggemarnya mulai bosan dan beralih pada judul lain.
- Tema dalam drama TV Korea menyentuh kehidupan sehari-hari, seperti keluarga, persahabatan, kesetiaan, cinta sejati, dll. Mayoritas drama TV

<sup>2</sup> Peneliti Kajian Korea UGM.

<sup>3</sup> Martin Roll. *Asian Brand Strategy: How Asia Builds Strong Brands*. New York: Palgrave Macmillan, 2006. Hal. 38.

Korea menekankan pada “nilai-nilai kekeluargaan” dan “hubungan kekeluargaan”.

- Drama TV Korea menawarkan kisah “roman” dan “kasih sayang” yang lebih segar yang sudah tidak lagi ditemukan dalam serial Hollywood. Dalam serial Hollywood, “cinta” adalah hubungan seks. Sedangkan dalam drama Korea, cinta memiliki beragam karakter, seperti ketulusan, persahabatan, kejujuran, dukungan, pengorbanan, dan lain-lain.
- Drama TV Korea merupakan “jendela” untuk mengetahui kebudayaan Korea lebih jauh. Setelah melihat drama Korea, banyak penggemarnya yang mulai tertarik dan mencari tahu tentang Korea. Sebagian bahkan mengunjungi negara ini.

Selain memiliki keunggulan, Larsen juga menambahkan tentang kelemahan drama TV Korea, yakni tema yang dikembangkan pada setiap drama cenderung repetitif. *You're Beautiful* misalnya, bukanlah satu-satunya drama yang menceritakan tentang perempuan yang menyamar sebagai laki-laki. Cerita yang sama pernah dibuat dengan judul *Coffee Prince* (2008) dan *Sungkyunkwan Scandal* (2010). Namun demikian, ada perbedaan pada latar waktu, tempat, dan alur cerita. Selain itu, beberapa drama TV Korea memiliki alur cerita yang lambat dan sering menampilkan *flash back* hingga berulang-ulang.

### **3.2.1 Korean Wave di Asia Timur dan Tenggara**

Drama-drama Korea banyak yang menceritakan tentang kehidupan sehari-hari yang biasa dijalani oleh masyarakat di Asia pada umumnya. Karena kedekatan budaya tersebut, masyarakat di Asia Timur dan Tenggara menggemari ceritanya. Menurut Jian Cai, pengajar *Korean Studies* di Universitas Fudan, Cina, produk-produk kebudayaan populer Korea disukai karena memiliki nilai-nilai dan sentimen ke-Asiaan (2008: 103). Menurutnya, rakyat Cina dapat melihat jejak-jejak peninggalan tradisi Konfusianisme dalam drama-drama Korea, seperti menjaga hubungan dengan keluarga, menghormati yang lebih tua, dan mengutamakan anak laki-laki.

Tidak hanya di Cina, Hong Kong, dan Taiwan, *Korean Wave* juga menghampiri Jepang yang pernah menjajah Korea pada tahun 1910—1945. *Korean Wave* mencapai puncaknya di Jepang pada tahun 2004 (Morikawa, 2008: 83). Setelah kesuksesan *Winter Sonata* yang ditayangkan pada tahun 2002, pelan-pelan masyarakat Jepang mulai menggemari drama-drama Korea. Hal ini berbanding terbalik dengan drama-drama lokal yang mulai ditinggalkan oleh penontonnya. Berkurangnya kepopuleran drama lokal dikarenakan drama-drama tersebut memiliki akhir yang tidak menyenangkan, dialog yang mudah ditebak, dan tidak lagi mengisahkan tentang percintaan (Morikawa, 2008: 88). Di tengah-tengah kekosongan tersebut, drama Korea mulai menarik perhatian penggemar drama TV di Jepang. Morikawa menambahkan, drama Korea memiliki kualitas tinggi, cerita yang tidak berbelit dan tulus, kebebasan dalam mengekspresikan emosi-emosinya, dan aktor-aktor yang romantis (ibid.).

Di kawasan Asian Tenggara, produk-produk kebudayaan populer Korea juga digemari oleh masyarakatnya. Namun setiap negara memiliki pilihan masing-masing. Di Thailand, hampir semua jenis produk kebudayaan Korea amat disukai, seperti film layar lebar, musik pop, drama TV, makanan, dan juga gaya berpakaianya. Drama TV Korea datang pertama kali di Thailand di tahun 1998 (Pongvutitham, 2008: 42). Dan di tahun 2000, *Korean Wave* mulai booming di Thailand. Sama halnya dengan negara-negara di Asia Timur, alasan masyarakat Thailand yang menggemari drama TV Korea karena di dalamnya menceritakan tentang pentingnya menjaga hubungan dengan keluarga (ibid.: 46). Selain itu, mereka juga menyukai pencitraan aktor-aktornya yang cerdas dan tampan, aktrisnya yang berdandan rapi, serta pemandangan yang indah yang ditampilkan dalam drama-drama Korea (ibid.).

Boomingnya *Korean Wave* di Malaysia diawali dengan kepopuleran BYJ dalam *Winter Sonata* yang ditayangkan pada tahun 2002, *Korean wave* mulai menyapu negara ini (Mopilin, 2008: 76). Drama *Winter Sonata* bahkan dilihat oleh sekitar 1,5 juta penonton di Malaysia (ibid.: 77). Tidak hanya drama TV yang menarik perhatian masyarakat Malaysia, mereka juga menyukai film-film layar lebar dan musik-musik pop Korea.

Drama-drama TV Korea menarik perhatian orang-orang di Malaysia karena di dalamnya menampilkan hal-hal yang unik khas Korea, seperti pemandangan yang indah, adanya salju, cara mereka hidup, dan cara berpakaian. Semuanya itu merupakan sesuatu yang baru yang belum pernah dilihat oleh orang-orang Malaysia (ibid.: 79). Walaupun demikian, alasan utama mereka menyukai drama Korea karena penampilan BYJ dalam *Winter Sonata*, dimana ia rela berkorban untuk kebahagiaan tokoh utama perempuannya (Cho Ji-Woo). Bagi mereka, pria seharusnya bersikap seperti BYJ (ibid.: 79).

Di Singapura, drama TV yang pertama kali diputar dan menangkap perhatian masyarakatnya adalah *Autumn in My Heart* yang dibintangi oleh Won Bin dan Song Hye-Kyo. Drama ini diputar pertama kali pada tahun 2000. Tidak lama setelah itu, *Winter Sonata* pun ditayangkan sehingga menimbulkan ketertarikan mereka terhadap drama-drama Korea (ibid.: 93).

Kelly Fu dan Liew Kai Khiun,<sup>4</sup> dalam artikel *Pop Culture Bidges Korea and Singapore* (2008), menjelaskan bahwa penggemar kebudayaan populer Korea adalah perempuan. Hal ini disebabkan oleh adanya pencitraan pria di dalam produk-produk tersebut. Hal ini dapat dilihat dari ketertarikan mereka terhadap salah satu film layar lebar yang pernah diputar di Singapura, yang berjudul *Tae-guk-gi* (2004). Film ini menceritakan tentang dua bersaudara yang bergabung dalam perang Korea. Namun ketertarikan penonton bukan karena jalan ceritanya, melainkan karena kehadiran Won Bin sebagai salah satu pemerannya, yang mereka kenal melalui drama-drama TV.

Di Indonesia, drama Korea yang pertama kali diputar adalah *Winter Sonata* pada tahun 2002. Namun masyarakat Indonesia baru memiliki ketertarikan terhadap drama Korea setelah drama *Full House* diputar pada tahun 2005 (Anwar, 2005). Setelahnya dan hingga saat ini,<sup>5</sup> drama Korea banyak diputar di stasiun TV lokal. Tidak seperti negara-negara lainnya yang memutar drama Korea pada jam prima, drama Korea di Indonesia diputar pada malam hari atau sore hari. Hal

<sup>4</sup> Kelly Fu adalah seorang kandidat doktor di Goldsmith College, University of London, sedangkan Liew Kai Khiun adalah peneliti di Asia Research Institute of the National University of Singapore. (Dalam *The Korea Herald. Korean Wave*. Korea: Jimoondang, 2008. hal. 92).

<sup>5</sup> Januari 2011—Juni 2011.

ini terkait dengan rendahnya rating yang didapat bila dibandingkan dengan penayangan *reality show* dan sinetron lokal. Menurut Suray Agung Nugroho, dari Program Studi Bahasa Korea FIB UGM, pada kurun waktu tahun 2000—2007 beberapa stasiun TV swasta di Indonesia gencar menayangkan drama TV Korea (2009: 9). Akan tetapi pada kurun waktu kedua tahun 2008 hingga awal 2009, tidak banyak lagi ditemukan stasiun TV yang menayangkan sinetron Korea (ibid.).<sup>6</sup>

Nampaknya, dampak *Korean Wave* di Indonesia tidak sebesar negara-negara lain di kawasan Asia Timur. Film-film layar lebar yang ditayangkan di bioskop-bioskop Indonesia masih didominasi oleh Hollywood. Walaupun demikian, penggemar drama Korea masih tetap setia mengikuti drama-drama keluaran terbaru. Hal ini dapat dilihat dari penjualan DVD bajakan, dimana penjualnya biasanya menyediakan stok drama Korea sekitar 40 persen dari keseluruhan penjualan drama-drama dan film-film dari negara lain (Mariani, 2008: 64).

Seperti yang sudah disebutkan dalam bab 1, *Korean wave* di Indonesia terkonsentrasi pada drama TV dan musik. Sedangkan film layar lebar masih jarang ditemui. Sama halnya dengan di negara lain, penggemar drama TV sebagian besar adalah perempuan. Selain karena ceritanya memiliki kedekatan budaya dengan Indonesia, penggemarnya menyukai pemandangan yang indah. Selain itu pencitraan aktor-aktornya dalam setiap drama Korea menjadikan drama Korea disukai oleh para penggemarnya di Indonesia.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Eva Mariani, seorang jurnalis dari harian *The Jakarta Post*, melalui beberapa wawancara yang ia lakukan terhadap penggemar *Korean Wave*, produk-produk kebudayaan Korea lebih disukai oleh remaja perempuan dan dewasa. Beberapa alasan mengapa mereka menyukainya adalah (Mariani, 2008: 60—6):

- mereka mulai jenuh dengan musik ataupun film dari Barat dan lokal

<sup>6</sup> Suray Agung Nugroho. "Hallyu 'Gelombang Korea: Refleksi Untuk Memajukan Studi Korea di Indonesia.'" *Korean Studies in Indonesia: An International Journal*, Yogyakarta, Vol. I No. 1 (2009: 9).

- mereka merasakan adanya kedekatan budaya dengan Korea seperti gaya bicara ataupun makanannya
- walaupun kehidupan di Korea sudah modern namun penduduknya masih memegang adat dan tradisi setempat

Alasan-alasan tersebut di atas juga dapat ditemukan di negara lainnya. Namun demikian, faktor utama ketertarikan mereka terhadap drama TV Korea adalah visualisasi bintang-bintangnya. Pencitraan laki-laki dalam drama TV Korea nampaknya menjadi alasan yang kuat dalam strategi industri kebudayaan populer Korea.

### **3.3 Maskulinitas dalam Masyarakat Korea Selatan**

#### **3.3.1 Elemen-elemen Global Pembentuk Maskulinitas Hibriditas Korea Kontemporer**

Maskulinitas dalam masyarakat Korea saat ini, terutama yang terlihat dalam sejumlah media populer, terkonstruksi oleh elemen-elemen maskulinitas global. Mereka adalah maskulinitas *bishonen* Jepang, maskulinitas metroseksual Hollywood, serta maskulinitas tradisional Konfusius. Berikut adalah penjelasannya:

##### **3.3.1.1 Maskulinitas Jepang: *Bishonen***

Produk-produk kebudayaan populer Jepang seperti drama TV, musik pop, komik, *game*, animasi, dan lain-lain, dikonsumsi oleh sebagian orang di Asia. Produk-produk tersebut juga memberi pengaruh terhadap kebudayaan populer lokal. Hal ini dapat terlihat dalam sejumlah kebudayaan populer Korea, terutama drama TV dan musik popnya.

Di Jepang, maskulinitas yang dipresentasikan baik dalam drama TV maupun musik pop Jepang mendapat pengaruh dari sejumlah komik untuk remaja putri (*shojo manga*). Umumnya drama TV yang ditayangkan di Jepang merupakan representasi (menghadirkan kembali) dari komik ke dalam bentuk drama TV. Oleh sebab itu beberapa karakter yang terdapat dalam komik juga direpresentasikan ke dalam drama TV.

Beberapa karakter yang terdapat dalam komik yakni karakter *bishonen* atau pria tampan (pria pesolek), serta karakter *kawaii* (manis/menggemaskan/kekanak-kanakan). *Bishonen* digambarkan sebagai lelaki yang memiliki kaki jenjang, berwajah tirus dan feminin, berambut panjang atau bergelombang, serta memiliki senyum yang manis (Jung, 2011: 59). Tipe pria tampan ini dapat dilihat dari sejumlah *boy band* Jepang seperti SMAP, Arashi, serta KAT-TUN. Selain memiliki fisik *bishonen*, mereka juga tak ragu lagi untuk mengenakan tata rias wajah yang umumnya diasosiasikan sebagai kegiatan feminin. Pada umumnya *make-up* yang mereka kenakan adalah bedak tipis, *eye-liner*, serta *lip-balm*. Selain itu, mereka pun tidak ragu lagi untuk membentuk alisnya sedemikian rupa. Karena memiliki wajah maskulin-feminin, tidak jarang penggemarnya menyebut-nyebut mereka lebih cantik dibandingkan perempuan. Oleh sebab itu, terkadang mereka juga disebut dengan pria cantik.

Di Korea, konsep inipun diaplikasikan dalam komik untuk remaja putri. Pria tampan dalam bahasa Korea disebut dengan istilah *kkonminam*. Istilah tersebut merupakan perpaduan dari dua karakter yang berarti bunga dan pria tampan (Jung, 2011: 58). Menurut Jung hal tersebut dikarenakan ketika tokoh pria tampan muncul di dalam komik, di dalam framenya dipenuhi dengan gambar bunga. Sama halnya dengan *bishonen*, *kkonminam* memiliki karakter maskulin dan feminin. Di Korea, karakter ini diwakili oleh sejumlah *boy band* seperti TVXQ maupun Super Junior.

### **3.3.1.2 Maskulinitas Hollywood: Metroseksual**

Kebudayaan populer Amerika atau Hollywood, merupakan salah satu kebudayaan yang diappropriasi oleh banyak negara, termasuk Korea. Dari beberapa kebudayaan populer tersebut, salah satu yang banyak diikuti adalah musik popnya. Dari musik pop ini ada banyak hal yang ditiru, seperti cara bernyanyi, cara menari maupun berpakaian.

Selain mempelajari dan meniru cara menguasai panggung, artis-artis Koreapun banyak yang meniru cara membentuk tubuh bintang idola Hollywood ini. Contoh pembentukan badan ini dapat dilihat dalam sosok Justin

Timberlakemaupun Usher, mereka memiliki tubuh yang berisi, berdada bidang, dan perut *six packs*. Penampilan fisik ini, baik dari cara berpakaian maupun memiliki tubuh yang kekar dan berotot di bagian tertentu (lengan dan perut), disebut juga dengan penampilan maskulinitas metroseksual.

Di Korea, sosok ini dapat dilihat dalam diri Rain maupun sejumlah *boy band* lainnya. Untuk mendapatkan badan yang ideal, mereka melakukan sejumlah latihan fisik seperti olahraga, yoga, maupun menjaga gaya hidup yang sehat (Jung, 2011: 67). Di Korea, fenomena ini dikenal dengan istilah *momjjang* atau tubuh yang indah (ibid.: 64-65). Fenomena ini mulai *booming* pada tahun 2000an (ibid.).

### 3.3.1.3 Maskulinitas Konfusianisme: *Seonbi*

Selain mendapat pengaruh dari maskulinitas modern terutama dari kebudayaan populer global, maskulinitas di dalam masyarakat Korea pun terpengaruh oleh maskulinitas tradisional Konfusius. Karakteristik maskulinitas ini terdapat pada masa dinasti Joseon, yang ketika itu lebih mengedepankan mental dibandingkan fisik (Jung, 2011: 27). Maskulinitas ini disebut juga dengan maskulinitas *seonbi*.

*Seonbi* adalah sebutan bagi pelajar yang mendalami Konfusianisme. Kaum terpelajar ini adalah laki-laki, karena ketika itu yang dapat menempuh pendidikan hanyalah kaum pria. Pada masa dinasti Joseon, seorang laki-laki dengan pena (pelajar) lebih dihargai daripada seorang laki-laki dengan pedang (ksatria) (Moon, 2002: 91). Oleh karenanya, terdapat beberapa karakteristik maskulinitas *seonbi* seperti sopan-santun dan lemah lembut yang masih dihargai oleh masyarakat Korea modern (Jung, 2011: 27).

Maskulinitas *seonbi* ini dapat dilihat dalam sejumlah drama Korea yang diproduksi pada awal tahun 2000an. Hal demikian dapat dilihat dalam karakter BYJ dalam drama TV *Winter Sonata*. Di dalam drama TV tersebut BYJ menampilkan sosok pria yang sopan dan lemah lembut. Selain BYJ, maskulinitas *seonbi* ini dapat dilihat juga pada bintang-bintang idola muda lainnya seperti Rain dan beberapa *boy band* yang terkenal.

Ketiga elemen yang telah dipaparkan di atas merupakan elemen pembentuk maskulinitas Korea kontemporer yang menampilkan sosok pria tampan dan pesolek, memiliki tubuh yang indah, serta berkarakter lemah lembut. Maskulinitas ini menggantikan maskulinitas pria macho dan lelaki tangguh yang sempat menjadi trend di Korea pada awal tahun 1990an (Jung, 2011: 58). Maskulinitas pria macho ini dapat dilihat dalam drama Korea yang berjudul *Sandglass* (1995), drama tersebut mengisahkan kehidupan gangster dan sosok petarung jalanan (ibid.). Namun lambat laun, maskulinitas ini mulai memudar dan tergantikan oleh maskulinitas pria tampan.

### **3.3.2 Maskulinitas dalam Kebudayaan Populer Korea**

Kebudayaan Korea terpengaruh oleh negara-negara yang pernah menginvasinya, yakni Cina dan Jepang. Pengaruhnya dapat dilihat baik dari cara berpikir dan bersikap (Cina dengan Konfusianismenya), serta bagaimana mereka mengapropriasikannya kedalam kebudayaan kontemporer (pengaruh Jepang). Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai maskulinitas yang terpengaruh baik oleh Konfusius maupun oleh Jepang.

Asia Timur memiliki berbagai macam kebudayaan dan tradisi agama. Futoshi Taga<sup>7</sup> dalam *East Asia Masculinity* (2005: 129) menuturkan, Konfusianisme, Buddhisme, dan Taoisme saling mempengaruhi satu sama lain, termasuk juga dalam mengkonstruksi maskulinitas (dan feminitas) sejak dulu hingga saat ini. Namun di antara semua ajaran tersebut, Konfusianisme merupakan pengaruh terbesar di kawasan ini (ibid.)

Konfusianisme merupakan serangkaian pemikiran dari Konfusius—Kung Fu Tze/Kong Hu Chu—(551?—479 S.M). Ajarannya menyebar di beberapa kawasan di Asia Timur. Salah satu karakteristik dari Konfusianisme adalah

<sup>7</sup>Dalam penulisan ini, acuan yang dipakai adalah artikel *East Asian Masculinity* yang ditulis oleh Futoshi Taga, yang menyoroti maskulinitas di kawasan Asia Timur, terutama di Jepang. Jepang dipakai sebagai acuan karena, industri kebudayaan populer dari negara ini diadaptasi oleh Korea. Artikel ini terdapat dalam buku *Handbook of Studies on Men & Masculinity*. Michael S. Kimmel, Jeff Hearn, dan R.W. Connel (editor). California: Sage, 2005.

adanya perbedaan yang amat jelas antara ruang publik (dunia luar) yang ditempati oleh laki-laki dan wilayah domestik (ruang bagian dalam) yang ditempati oleh perempuan (ibid.: 139). Ruang-ruang ini terhubung oleh hirarki yang kuat antar gender yang didominasi oleh laki-laki (ibid.) Dikotomi ruang publik dan domestik ini mengimplikasikan bahwa walaupun perempuan mengalami sejumlah “kekuasaan” informal, “otoritas” laki-laki terhadap perempuan dapat ditemukan di hampir semua tempat di dunia ini (Cho, 1998: 188).

Korea yang terletak di antara Cina dan Jepang, memiliki tradisi dan budaya Konfusius yang amat kuat. Konfusianisme yang berkembang di Korea bahkan dijadikan kurikulum pendidikan pada masa dinasti Joseon (1392—1910). Menurut Taga, pengaruh Konfusianisme dirasa amat kuat terutama dalam keberlanjutan garis keturunan dalam golongan *yangban* (kelompok aristokrat), dimana memiliki dan mengutamakan anak laki-laki adalah sebuah keharusan. Ketika itu, seorang wanita yang tidak dapat melahirkan anak laki-laki, tidak akan dianggap sebagai manusia (Taga, 2005: 129).

Karena lebih mengutamakan kehadiran lelaki di hampir setiap bidang, sehingga hal demikian menciptakan konsep ideal “*maleness*” dalam masyarakat Asia Timur. Konsep ini menurut Louie dan Edward (1994; dalam Taga, 2005: 130), terkonstruksi oleh dua hal yang saling berkaitan, yakni *wen* (mental atau sifat kepemimpinan) dan *wu* (fisik atau ilmu bela diri). Keseimbangan antara keduanya mempresentasikan maskulinitas pada tingkatan yang paling atas. Hal ini tercermin dalam novel-novel tradisional Cina yang pada umumnya memiliki tiga karakter utama, yaitu pendekar, pelajar, dan pangeran. Seorang pendekar yang memiliki *wu* (yang hanya mengandalkan fisik), tingkatannya lebih rendah dibandingkan pelajar yang memiliki *wen*. Namun ketika keduanya digabungkan antara *wen* dan *wu*, akan menjadikannya maskulinitas yang dominan. Hal ini biasanya dapat dilihat dari penggambaran karakter pangeran, yang pandai dalam kepemimpinan serta menjaga tata krama dan pandai dalam ilmu bela diri.

Definisi maskulinitas berubah karena sejarah dan perkembangan jaman. Pada awal modernisasi di Asia Timur pada pertengahan abad ke-19, setiap negara memiliki target untuk menjadi sebuah bangsa kapitalis yang modern, dengan

memperkenalkan teknologi dan sistem politik Barat (Taga, 2005: 131). Dengan demikian, modernisasi memaksa dan merekonstruksi divisi dan hirarki antar gender di Asia Timur pada sebuah kesetaraan (ibid.) Ketika itu, Jepang terlebih dahulu mengalami transformasi tersebut. Walau bagaimanapun, perempuan tidak memiliki hak untuk memilih ataupun memiliki properti hingga akhir Perang Dunia ke-2. Pada masa itu, dengan mengaplikasikan kurikulum pendidikan yang dirancang pada tahun 1880an tentang pendidikan primer dan sekunder, anak laki-laki dan perempuan diindoktrinasi dengan pemikiran mengenai tugas yang berbeda yang harus dikerjakan oleh laki-laki ataupun perempuan. Untuk itu, hanya anak perempuan yang diberi pengetahuan tentang seni jahit-menjahit dan menjalankan tugas domestik. Sistem pendidikan ini kemudian diterapkan di Korea dalam masa invasi Jepang pada awal abad ke-20 (Sechiyama, 1996: 142; dalam Taga, 2005: 131).

Konversi mengenai maskulinitas dalam konteks modernisasi dapat terlihat dengan jelas dalam potret Kaisar Jepang, Mutsuhito (1868—1912) dan keluarganya (Osa, 1999; dalam Taga, 2005: 132). Pada potret yang dibuat di tahun 1888, ia terlihat aseksual<sup>8</sup> (androginius; batasan antara laki-laki dan perempuan seolah buram dan tidak jelas) dalam pakaian tradisional Jepang. Dalam potretnya, ia duduk di kursi dengan pedang pendek dan menggunakan pakaian militer Barat, dengan kumis dan janggut, dan alis yang tebal. Representasi maskulinitas sang kaisar ini dapat terlihat dengan jelas ketika dikaitkan dengan penampilan ratu dan anak-anaknya.

Tetapi kemudian, setelah Perang Dunia ke-2 yang melibatkan beberapa negara di Asia Timur, pandangan tentang maskulinitas pun mengalami perubahan. Karena sudah bersentuhan dengan ideologi Barat, mereka tidak lagi terpaku pada pandangan Konfusianisme. Ketika Jepang dan Korea terlibat dalam peperangan, para wanita yang tinggal di rumah terpaksa menjadi tulang punggung bagi

<sup>8</sup> Konsep aseksual ini diterapkan oleh dunia industri hiburan Jepang dalam pembentukan *boy band* di tahun 1980an—saat ini, dimana anggotanya dipresentasikan sebagai pria “tampan” (*pretty boy*). Konsep ini juga kemudian diadaptasi oleh Korea Selatan.

keluarganya. Wanita mengambil peran laki-laki dan tidak lagi bertugas dalam lingkungan domestik saja.

Walaupun demikian, Korea yang mendapat pengaruh kuat dari pemikiran Konfusius, lebih mengutamakan kehadiran anak laki-laki dibandingkan perempuan. Oleh sebab itu, sistem yang mereka anut dalam sebuah keluarga adalah sistem patriarkal. Kaum pria adalah bagian utama dalam sebuah keluarga. Hal ini dapat terlihat dalam angka kelahiran anak laki-laki yang lebih tinggi dibandingkan kelahiran anak perempuan. Keinginan untuk memiliki anak laki-laki masih dapat dilihat bahkan hingga saat ini. Di Korea, rasio kelahiran anak laki-laki dengan anak perempuan adalah 116 berbanding 100, sedangkan rasio kelahiran anak di Jepang ataupun negara-negara Barat lainnya yakni 105 berbanding 100, hal ini mungkin merupakan standar biologis (Somucho-Tokeikyoku, 2000; dalam Taga, 2005: 136). Sistem keluarga patrilineal ini sangat penting dalam kehidupan masyarakat Korea (Lee, 1998; *ibid.*)

Pada masa dinasti Joseon (1392—1910), pemerintahnya menerapkan ajaran Konfusianisme, baik dalam mengatur kerajaan maupun kurikulum pendidikannya. Ketika itu, yang berhak mendapat pendidikan hanyalah laki-laki dari kalangan menengah ke atas.<sup>9</sup> Mereka yang berhasil meraih posisi ini disebut dengan istilah *seonbi*, ahli dalam bidang Konfusius (Daegu, 2006). Setelah menempuh pendidikan tersebut, seorang *seonbi* untuk mendapat pekerjaan di bidang pemerintahan ataupun bidang pendidikan. Karena pekerjaan tersebut berada dalam ruang publik, maka seorang wanita tidak diperkenankan untuk meraih pendidikan tersebut.

Seorang *seonbi* diharuskan berperilaku dan bertutur kata dengan santun, mereka juga diwajibkan untuk memiliki keahlian dalam ilmu bela diri, salah satunya adalah memanah. Dalam olahraga memanah, dibutuhkan tangan dan kaki

<sup>9</sup> Salah satu akademi nasional yang menerapkan kurikulum Konfusianisme adalah Seonggyungwan (Sungkyunkwan) yang didirikan pada tahun 1398. Yang berhak memasuki akademi ini hanya terbatas pada anak laki-laki dari golongan *yangban*. Mereka mendapatkan enam pelajaran utama, yakni cara bersikap yang sopan dan santun, musik, memanah, berkuda, sastra klasik China, dan matematika. Mereka juga mendirikan kelompok intelektual elit yang bahkan pendapatnya tidak dapat diacuhkan oleh sang raja. (Park, Won. *Traditional Korean Thought*. Incheon, Korea: Inha University, 2006).

yang kuat. Kedua ciri fisik ini biasanya dimiliki oleh lelaki, oleh sebab itu seorang perempuan tidak belajar memanah karena fisiknya yang dianggap lemah.

Pada akhir dinasti Joseon, walaupun ilmu dari dunia Barat (Kristen) mulai berkembang dan masyarakat masa akhir mulai lebih terbuka akan adanya kesetaraan gender, ideologi Konfusianisme masih tetap mengakar pada masyarakatnya. Hal ini dapat dilihat dengan adanya tiga bentuk maskulinitas dominan (Moon, 2002: 79—113) yang mendapat pengaruh dari Konfusianisme, mereka adalah:

(1) Maskulinitas patriarkal yang autoritatif (laki-laki adalah bagian yang terpenting dalam keluarga); (2) maskulinitas *seonbi* (seorang pria diharapkan tidak menyentuh pekerjaan domestik); (3) maskulinitas agresif (yang disebabkan oleh adanya wajib militer).

Dalam ideologi Konfusius, seorang perempuan harus menaati *samjongjitak* atau tiga aturan kepatuhan (Park, 2006: 182). Di dalam aturan ini seorang perempuan yang belum menikah harus patuh kepada ayahnya, kemudian kepada suaminya ketika ia sudah menikah, dan jika suaminya meninggal maka ia harus patuh terhadap anak laki-lakinya. Hal inilah yang kemudian membentuk maskulinitas patriarkal yang autoritatif.

Sedangkan dalam maskulinitas *seonbi* (pelajar di bidang Konfusius), karena mereka terlahir dari keluarga *yangban* atau kaum terpelajar, biasanya mereka memiliki seorang pelayan yang setia mengikutinya dari kecil hingga dewasa. Pelayan ini akan melakukan apa saja dan menyediakan kebutuhan tuannya. Kegiatan utama seorang *seonbi* adalah meraih pendidikan agar mendapat tempat di bidang yang sama ataupun di bidang politik. Oleh sebab itu seorang *seonbi* diharapkan untuk menjauhi ruang domestik.

Namun demikian, dalam beberapa penelitian terdahulu mengenai status perempuan dalam masyarakat agraris, yakni sebelum masa industri, baik di Barat dan Timur, menunjukkan bahwa perempuan memiliki peranan penting dalam produksi ekonomi dan manajemen, dengan demikian wanita memiliki kesetaraan dengan lelaki (Boserup, 1970; Friedl, 1975; Hamilton, 1978; dalam Cho, 1998:

189). Tetapi karena adanya perkembangan industri dan pertumbuhan ekonomi yang kapitalis, di mana sebagian besar pekerjaannya adalah laki-laki, membuat wanita semakin bergantung kepada suaminya akan kebutuhan finansialnya (Cho, 1998: 189). Modernisasi dan industri semakin mengukuhkan peran pria sebagai pencari nafkah bagi keluarganya.

Perubahan peran kaum pria yang sifatnya tradisional sebagai tulang punggung keluarga di Korea Selatan terjadi semenjak adanya krisis keuangan yang menimpa negara ini pada tahun 1997 (Jung, 2010: 29). Ketika itu banyak pria yang kehilangan pekerjaannya dan memaksa mereka untuk tinggal di rumah. Sebagai gantinya, para wanita banyak yang mengambil alih peran pria sebagai pencari nafkah. Pergeseran ini menyebabkan para lelaki mengerjakan pekerjaan sehari-hari yang biasa dilakukan oleh wanita, seperti memasak, membersihkan rumah, mencuci piring, dan lain-lain.

Peran seorang istri sebagai pencari nafkah dapat dilihat dalam drama TV remaja *Princess Hours* (2006), dimana ia bekerja sebagai penjual asuransi disaat suaminya kehilangan pekerjaan. Sang suami, tanpa ragu-ragu, memakai celemek dan melakukan berbagai pekerjaan rumah seperti memasak, dan membersihkan rumah. Selain itu, sifat keduanya juga saling bertolak belakang. Sang istri lebih tegar dan tidak menangis ketika harus melepas anaknya dalam sebuah pernikahan. Sebaliknya, suaminya menangis tersedu-sedu dan merasa sangat khawatir dengan kepergian anak perempuannya. Hal ini tentunya bertentangan dengan maskulinitas tradisional, dimana tabu bagi seorang pria untuk menangis di depan umum.

Selain karakter pria yang berubah peran dan memasuki wilayah domestik, Cho Heup dalam *The Gaze of the Consuming Subject: Construction of Masculinity*, menyoroti sisi maskulinitas pria Korea yang baru yang lainnya, yaitu yang terdapat pada karakter Il-Beom—kekasih Bora (dalam drama *Happy End*, 1999). Il-Beom merupakan representasi dari maskulinitas Korea yang cenderung “soft” dan netral (ibid.: 29) Sisi tersebut tercermin dalam drama dan film-film Korea. Transformasi ini merupakan cerminan dalam masyarakat Korea saat ini.

Maskulinitas Korea Selatan saat ini dapat dilihat lebih jelas melalui drama TV *Winter Sonata* yang direpresentasikan oleh Bae Yong-Joon (BYJ). Maskulinitas BYJ merupakan perpaduan antara maskulinitas Konfusius yang *soft* (*wen*), pria tampan Jepang (*pretty boy—bishonen*)<sup>10</sup>, dan metroseksual global (ibid.: 39). Transkuluturasi ini menciptakan maskulinitas *mugukjeok*<sup>11</sup>. Maskulinitas *mugukjeok* ini menurut Jung adalah maskulinitas dalam masyarakat Korea kontemporer yang terkonstruksi melalui media.

Pada awalnya, maskulinitas BYJ merupakan imajinasi perempuan dewasa yang menggemari dramanya. Karakter BYJ dalam drama tersebut adalah seorang pria yang tampan dan sopan, yang mengingatkan mereka akan sifat maskulinitas dalam ajaran Konfusius. Selanjutnya, karakter BYJ yang mewakili maskulinitas di Korea saat ini dinamakan dengan istilah sindrom Yonsama (nama BYJ di Jepang), yakni maskulinitas yang “lemah lembut” dan “sensitif” (ibid.: 39)

Selain BYJ yang merupakan ikon maskulin Korea, Rain juga merupakan ikon pria Korea masa kini. Maskulinitas Rain ini terkonstruksi oleh penggemar perempuannya di Singapura (ibid.: 30). Rain, yang merupakan aktor sekaligus penyanyi (dan penari), adalah sosok maskulinitas hibriditas global. Ia memiliki kualitas maskulin konfusius, wajahnya merupakan perwakilan dari maskulinitas *bishonen*, dan cara ia bernyanyi dan menari merupakan maskulinitas metrosexual global (biasanya diasosiasikan dengan Amerika sehingga orang banyak yang teringat akan Justin Timberlake).

<sup>10</sup> *Bishonen* atau pria tampan (pria pesolek) ini biasanya terdapat dalam sejumlah *shojo manga* atau komik untuk remaja perempuan. Karakter *bishonen* digambarkan sebagai remaja pria yang tampan, tinggi, pintar dalam bidang akademik dan olahraga, dan disukai oleh banyak remaja perempuan. *Bishonen* biasanya merupakan idola di sekolahnya. Karakter seperti ini dapat dilihat dalam *manga Sailormoon* dengan tokohnya Mamoru Chiba atau Max Tuxedo. Di Korea, karakter seperti ini juga dapat ditemukan dalam *manhwa* untuk remaja perempuan.

<sup>11</sup> *Mugukjeok* dalam bahasa Korea memiliki karakter (무국적, 無國籍, 無国籍), yakni ‘kurang atau tidak memiliki kenasionalan,’ kata tersebut memiliki karakter dan arti yang sama dalam bahasa Cina dan Jepang. Dalam bahasa Jepang karakter itu dibaca *mukokuseki*. *Mukokuseki* dapat terlihat melalui karakter-karakter dalam *anime* ataupun *game online*, karakter-karakter ini biasanya memiliki mata yang cenderung lebih bulat dan besar, yang bukan merupakan tipikal mata orang Jepang. Istilah ini diperkenalkan oleh Koichi Iwabuchi dalam bukunya yang berjudul *Recentering Globalization* (2002: 29). (Jung, Sun *Korean Masculinities and Transcultural Consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-pop Idols*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2010. pp. 18—19).

Hal ini dapat dilihat dalam drama TV *Full House*, yang mengisahkan karakter Lee Yong-Jae, yang merupakan aktor ternama di Korea. Ia memiliki rumah dan mobil mewah. Selain itu gaya berpakaianpun amat trendi. Hal ini menurut Chua Beng-huat (2003: 20; ibid.: 31) adalah gaya hidup konsumerisme “*new rich*” Asia. “*New rich*” di Asia ini dapat dikategorikan sebagai kelas menengah ke atas yang baru. Chua menuturkan dengan adanya kelas baru ini, konsumerisme gaya barupun muncul di Asia. Hal ini dapat terlihat seperti di Malaysia dimana masyarakatnya memiliki obyek konsumsi yang tipikal seperti: perumahan, mobil, dan pendidikan bagi anak-anaknya (Chua, 2003: 3; ibid. 75). Gaya hidup dengan cara membeli materi dan penggunaan pelayanan sosial ini dapat diidentifikasi sebagai gaya hidup baru di kalangan menengah atas di Asia.

Kepopuleran Rain dalam drama TV dan musiknya mendorong gaya hidup yang konsumtif di kawasan Asia. Jung menyebut gaya hidup ini dengan istilah trans-pop-konsumerisme. Dalam gaya hidup baru ini kita dapat melihat bagaimana kebudayaan populer Asia dimobilisasi oleh kekuatan kapitalis untuk memperoleh hiburan dan kesenangan yang merupakan tambahan dari membeli materi dan pelayanan sosial yang telah disebutkan sebelumnya (Jung, 2010: 76). Dan melalui konsumen-trans-pop inilah maskulinitas *mugukjeok* Rain dideskonstruksi.

Rain menjadi produk kebudayaan global melalui tiga tahapan transkulturasi, yakni glocalisasi, regionalisasi, dan globalisasi (ibid.). Menurut Cho Han Hye-jong, produk kebudayaan populer Korea hanyalah versi lain dari produk kebudayaan populer Amerika, dan fenomena *Hallyu* hanyalah hasil akhir dari sistem industri Korea yang berorientasi pada ekspor dan sektor manufaktur yang kemudian dikembangkan pada sektor kebudayaan populer (2005: 34—5; ibid.).

Yang patut dicermati dari industri kebudayaan populer Korea ini adalah ‘manufaktur bintang’ di dalam industri hiburan. Bermula dari didirikannya sebuah perusahaan bernama SM Entertainment (SME) pada awal 1990an, perusahaan lainpun mulai membangun usahanya di bidang tersebut. Tujuan dari SME adalah

merencanakan, membuat dan mensirkulasikan *compact discs*; untuk mengontrol peredaran musik, lisensi, dan periklanan; menyediakan agen dan manajer; mengelola suatu acara; dan membuat akademi bintang (Willoughby, 2008: 101). Dengan kata lain, perusahaan hiburan ini tidak hanya mempromosikan bintang yang sudah ada ataupun yang sedang naik daun, tetapi juga merekrut dan mencetak calon bintang. Macintyre dan Kim menjelaskan:

*“The manufacturing process not only tutors prospective teen stars in singing and dancing, but also, notably, shapes the image and style of each, controlling the costumes that will be worn in performances as well as casual clothing and the kind of car they will drive.”* (Macintyre and Kim, 2002; *ibid.*: 101).

[Dalam] proses pencetakan bintang ini [perusahaan] tidak hanya memberikan tutorial tentang bernyanyi dan menari pada bintang remaja yang memiliki prospek, tetapi juga membentuk citra dan gaya hidup bagi masing-masing individu, yakni dengan mengontrol kostum yang akan dikenakan dalam pertunjukkan dan pakaian kasual [yang dikenakan dalam keseharian] dan [menentukan] jenis kendaraan yang akan dipakai (Macintyre dan Kim, 2002; *ibid.*: 101).

Agar bintang-bintangnya dapat meraih kepopuleran, pihak perusahaan mengadakan kerjasama dengan stasiun-stasiun TV. Para bintangnya tak hanya diharuskan bernyanyi dan menari di atas panggung saja, tetapi juga harus dapat menghibur penggemarnya melalui layar kaca. Oleh sebab itu mereka banyak dijumpai dalam berbagai *variety show*, acara bincang-bincang, maupun berperan dalam beberapa drama TV.

Rain merupakan salah satu dari contoh bintang yang direkrut dan dilatih oleh sebuah perusahaan, JYP Entertainment, sebelum akhirnya ia mencapai popularitasnya. Ia tak hanya dilatih olah vokal dan menari saja, tetapi juga dilatih untuk memainkan peran dalam sebuah drama TV ataupun film. Drama TV *Full House* merupakan drama TV pertamanya. Walau demikian, ia baru meraih kepopulerannya setelah mengeluarkan album dan mengadakan tur konser di Asia. Ia pun sempat mengadakan konser di Amerika. Namun media setempat mengkritiknya sebagai imitator dari Justin Timberlake dan Usher. Atas kritik tersebut, pihak JYP menjelaskan bahwa Rain merupakan hibriditas dari Hollywood dan Asia, selain itu musik Rain juga mengekspresikan

kesentimentalan Korea dan kerapuhan Asia, dimana kedua hal tersebut tidak ditemukan dalam musik Afro-Amerika (Park Jin-young dari JYP, dikutip oleh W.G. Kim, 2006; *ibid.*)

Pencitraan bintang adalah salah satu konsep dalam industri kebudayaan di Korea. Pada awal perkembangan industri grup musik pop di Korea pada tahun 1990an, yang diutamakan adalah citra, sedangkan talenta dalam bermusik hanyalah merupakan faktor kedua saja. Menurut Willoughby (2006: 103), penampilan para bintang pria pada tahun 1990an hingga 2003, mengambil konsep hip-hop Amerika yang menyanyikan lagu-lagu rap dan berbusana kaus besar dan celana baggy, sedangkan wanitanya berpenampilan seksi. Gaya seksi tersebut hingga saat ini masih ditampilkan oleh para penyanyi wanitanya. Sedangkan para penyanyi pria memiliki penampilan yang lebih beragam, seperti berpakaian rapi ala kantor, berpakaian seperti gangster, dan bahkan tampil seksi dengan pakaian yang minim untuk memamerkan bentuk tubuhnya. Dengan marketing citra ini, terbukti musik pop dan drama Korea dapat menguasai pasar di kawasan Asia.

Selama ini (sebelum penyelenggaraan Piala Dunia di Jepang dan Korea pada 2002), tidak banyak yang mengetahui tentang perkembangan di Korea. Masyarakat Jepang misalnya, karena mereka pernah menginvasi Korea, mereka menganggap masyarakat Korea lebih inferior dibandingkan dengan Jepang. Karena berbagai peperangan yang terjadi di Korea, anggapan warga Jepang terhadap Korea adalah negara tersebut kumuh dan berantakan. Namun setelah melihat BYJ dalam *Winter Sonata*, anggapan tersebut berubah. Hal ini juga terbukti dalam pemutaran drama BYJ lainnya yang berlatar belakang dinasti Joseon. Drama kedua BYJ yang diputar di Jepang ini tidak menarik banyak perhatian karena, adegan visualnya mengingatkan mereka terhadap Korea yang “kuno” (Mori, 2008). Sedangkan dalam *Winter Sonata*, mereka mendapat pengetahuan baru tentang Korea yang lebih modern.

Karena alasan ini pula, drama-drama yang mendapat perhatian masyarakat Asia biasanya merupakan drama dengan latar waktu Korea modern. Di dalamnya dapat terlihat lelaki yang mengenakan pakaian trendi, bekerja di gedung tinggi,

menaiki mobil mewah, dan memiliki *gadget* yang canggih. Tokoh-tokoh lelaki ini biasanya digambarkan dengan sosok seperti BYJ ataupun Rain. Mereka memiliki wajah yang tampan-cantik, memakai pakaian keluaran terbaru, dan tak sungkan untuk melakukan pekerjaan rumah, ataupun mengungkapkan ekspresinya dengan menangis.

Konsep seperti ini menurut Jung, banyak diadaptasi dari kebudayaan populer Jepang. Misalnya *boy band* Jepang, SMAP yang berdiri sejak 1991 hingga saat ini. Kelima personelnya memiliki wajah yang tampan, selalu memakai pakaian yang menarik, dan tak ragu lagi untuk mewarnai rambut dan memakai *make-up*. Selain itu, mereka pun (SMAP) banyak tampil di berbagai *variety show* yang terkadang mewajibkan mereka untuk memasak.

Oleh sebab itu, ketika Korea mentransformasikan hal ini ke dalam drama-dramanya, warga Jepang merasa sudah tidak asing lagi dengan hal demikian. Dan hal inipun terjadi di negara-negara Asia lainnya yang terlebih dahulu lebih banyak mengenal dan mengonsumsi produk-produk kebudayaan populer Jepang. Ketika produk-produk Korea yang memiliki banyak kesamaan dengan Jepang, penggemarnya tidak merasa asing. Hal ini selain terjadi di Singapura dan Malaysia, juga terjadi di Indonesia.

Dalam bab ini, dapat diambil kesimpulan bahwa maskulinitas dalam masyarakat Korea terpengaruh oleh Konfusianisme dan juga oleh budaya populer Jepang. Hal tersebut terjadi karena Cina dan Jepang pernah menduduki Korea, sehingga sebagian cara hidup dan kebudayaan Korea terpengaruh oleh kedua negara tersebut. Pengaruh-pengaruh itu tercermin juga dalam kebudayaan populernya, terutama drama-drama televisinya dan juga musik popnya. Contohnya adalah menjaga nilai-nilai kekeluargaan yang terdapat dalam pandangan Konfusianisme.

Karena pengaruh Konfusianisme, terjadi pemisahan gender dalam masyarakat Korea, yakni dengan adanya pembagian ruang publik bagi pria dan ruang domestik bagi wanita. Namun demikian, dari beberapa contoh drama TV yang telah disebutkan di atas, seperti drama TV *Princess Hour*, disebutkan bahwa

telah terjadi pergeseran mengenai peran gender dalam masyarakat Korea kontemporer terutama setelah terjadinya krisis keuangan di tahun 1997. Namun demikian, peran pria tidak hilang begitu saja. Hal ini terjadi karena Konfusianisme sudah melekat pada masyarakatnya.

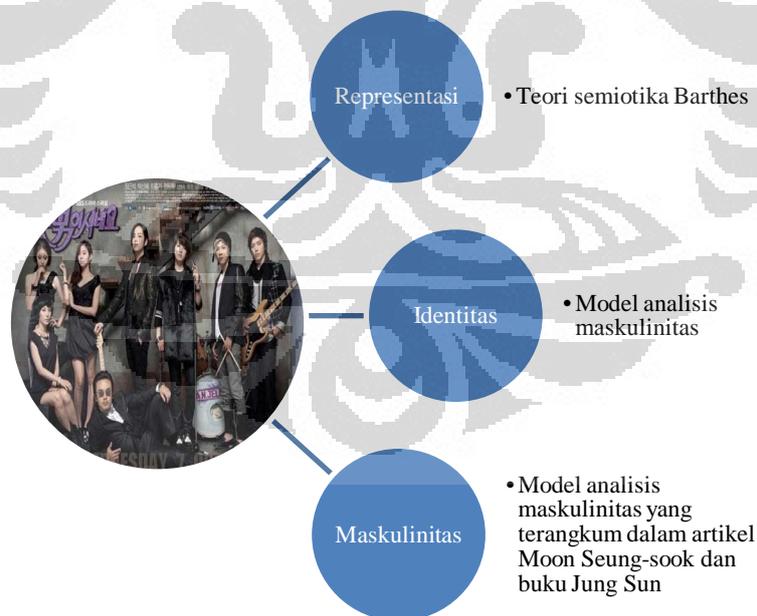
Sedangkan dalam musik popnya, mereka cenderung mengapropriasi kebudayaan global terutama Hollywood dan kebudayaan regional dari Jepang. Mereka menawarkan maskulinitas hibriditas, yakni maskulinitas percampuran antara Konfusianisme, Hollywood, dan Jepang. Maskulinitas hibriditas ini disebut juga dengan maskulinitas *mugukjeok* (Jung, 2011: 3). Contohnya dapat dilihat dalam karakter BYJ di dalam drama-dramanya. Dan karakteristik inipun diaplikasikan oleh para bintang muda Korea lainnya seperti yang terlihat dalam berbagai judul drama TV maupun musik popnya.

Akan tetapi, bintang idola Korea pada saat ini, terutama kaum pria, cenderung memiliki karakter yang jauh lebih androgyny dibandingkan dengan BYJ. Hal tersebut dapat terlihat dalam cara mereka berpakaian serta cara memakai tata rias wajah yang terkesan lebih feminin dan lebih cantik. Contoh dari karakteristik tersebut dapat dilihat dalam drama TV *You're Beautiful* yang selanjutnya akan dibahas.

## BAB 4

### REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM DRAMA TV KOREA *YOU'RE BEAUTIFUL*

Dalam bab ini terdapat dua data untuk dianalisis, yakni data visual dan data tekstual yang berupa dialog antar pemain yang diambil dari drama TV *You're Beautiful*. Drama ini terdiri dari 16 episode, tetapi data yang diambil untuk dianalisis hanya dari episode-episode tertentu saja. Dari ke-16 episode tersebut hanya akan diambil 10 episode yang akan dianalisis, yakni episode 1, 2, 3, 4, 5, 6, 11, 13, 14, dan 15. Dari 10 episode tersebut dipilih sebanyak 14 data visual dan 8 data tekstual untuk diteliti lebih jauh. Pemilihan data visual dan data tekstual dari episode-episode tertentu tersebut diambil berdasarkan episode yang paling banyak menampilkan isu maskulinitas dibandingkan dengan episode-episode lainnya. Baik data visual maupun data tekstual tersebut akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan-pendekatan sebagai berikut:



Grafik 4.1 Model teori dan analisis yang digunakan dalam menganalisis drama TV *You're Beautiful*

Dari model di atas, dapat dilihat bahwa untuk menganalisis data visual akan digunakan teori semiotika Barthes untuk mengeksplorasi maskulinitas yang

direpresentasikan dalam drama tersebut. Sedangkan untuk menganalisis identitas dan maskulinitas akan digunakan model-model analisis yang terdapat dalam artikel Moon Seung-sook, Jung Sun, dan Willoughby.

#### **4.1 Analisis Data Visual: Representasi Maskulinitas dalam Drama TV *You're Beautiful***

Dalam menganalisis data visual ini akan digunakan teori semiotika Barthes. Tahap pertama, denotasi, adalah dengan memaparkan adegan visual (*scene*) dari drama tersebut. Adegan visual dalam hal ini merupakan teks yang merepresentasikan tanda dalam drama ini. Adegan visual ini akan diuraikan secara berurutan dari episode awal hingga akhir (jumlahnya terbatas pada episode-episode tertentu saja yakni 1, 2, 3, 4, 5, 6, 11, 13, 14, dan 15). Kemudian, dalam tahap kedua, konotasi, akan diperiksa mengenai isu-isu maskulinitas dalam adegan-adegan tersebut.

##### **4.1.1 Analisis Data Episode 1**

Episode 1 ini menceritakan transformasi Go Mi-Nyu, yang merupakan seorang perempuan dan calon biarawati, menjadi Go Mi-Nam, yakni kakak kembarnya yang seorang laki-laki dan calon bintang idola. Walaupun keduanya kembar, tetapi mereka berbeda jenis kelamin sehingga Mi-Nyu dituntut untuk menampilkan dirinya sebagai laki-laki dan tampil lebih maskulin kepada publik Korea.

Pada adegan di bawah ini, dapat dilihat mengenai Mi-Nyu yang menampilkan identitas awalnya sebagai perempuan. Di sini diceritakan mengenai dirinya yang tengah bercermin sebelum memutuskan untuk merubah dirinya menjadi laki-laki.



Gb. 4.1 Adegan Mi-Nyu di dalam kamar mandi

Dari adegan di atas dapat dilihat Mi-Nyu<sup>1</sup> yang sedang bercermin sambil memegang rambutnya yang panjang. Dari raut wajahnya dapat dilihat ia tengah mempertimbangkan sesuatu. Melalui analisis semiotika Barthes hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - seorang perempuan berambut panjang	2. Petanda - salah satu karakteristik feminine
		3. Tanda I. PENANDA Gaya rambut seorang perempuan	
	II. PETANDA Ciri khas perempuan berambut panjang		III. TANDA Perempuan berambut panjang adalah perempuan feminin

Bagan 4.1 Representasi feminitas

Dari adegan di atas dapat terlihat, bagaimana drama ini mencoba menjelaskan Mi-Nyu yang seorang perempuan sebelum ia bertransformasi menjadi laki-laki. Oleh sebab itu, sebelum ia memotong pendek rambutnya yang diasosiasikan sebagai potongan rambut pria, ia terlebih dahulu menampilkan sisi femininnya dengan rambutnya yang masih panjang.

Selanjutnya, setelah menggunting rambutnya, ia mengenakan pakaian yang telah disiapkan seseorang. Tetapi pakaian itu bukanlah pakaian khas wanita seperti blus, rok, ataupun gaun. Busana yang ia kenakan adalah kemeja lengan

<sup>1</sup> Dalam adegan selanjutnya, Mi-nyu akhirnya memutuskan untuk memotong pendek rambutnya agar dapat tampil lebih maskulin.

panjang, jas, celana panjang, dasi, dan sepatu pantofel. Gambar selanjutnya dapat dilihat di bawah ini:



Gb. 4.2 Adegan Mi-Nyu yang berperan sebagai Mi-Nam dalam sebuah konferensi press.

Dalam adegan di atas kita dapat melihat gaya rambutnya yang telah berubah dari panjang ke pendek. Kemudian pakaian serta dasi yang ia kenakan berwarna senada. Pakaian tersebut merupakan pakaian khas pria. Cara ia bersikap pun menunjukkan seolah ia adalah seorang pria.

Seperti yang diketahui sebelumnya, feminitas dan maskulinitas adalah konsep yang dikonstruksi oleh masyarakat, sejarah, dan budaya. Hal ini dapat kita lihat pada gambar (4.1), yakni Mi-Nyu yang masih memiliki rambut panjang. Rambut panjang identik dengan perempuan dan feminitas. Hal tersebut ditunjukkan dalam drama ini sebelum akhirnya ia bertransformasi menjadi 'laki-laki'. Dan agar dapat diidentifikasi sebagai laki-laki, hal yang pertama ia lakukan adalah memotong pendek rambutnya dan berpakaian khas pria.

Melalui gambar (4.2) tersebut, maskulinitas direpresentasikan oleh seorang perempuan yang memakai atribut khas pria. Potongan rambut pendek seringkali diasosiasikan dengan gaya rambut untuk pria. Selain itu, sikap badan yang ditunjukkan oleh Mi-Nyu dengan meletakkan lengan pada kedua sisi badannya, serta kaki yang sedikit terbuka menunjukkan kemaskulinannya.

Dengan pakaian yang dikenakan, nampak dengan jelas bahwa maskulinitas dapat direpresentasikan oleh seorang perempuan dengan berbusana konservatif untuk menunjukkan "kelelakiannya". Nampaknya gaya berpakaian seperti ini

adalah gaya berpakaian yang wajar bagi pria yang dapat diterima oleh masyarakat luas. Dalam mitos Barthes hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - rambut pendek - pakaian konservatif tiga potong	2. Petanda - gaya rambut pria - gaya berpakaian pria	
		3. Tanda I. PENANDA Gaya seorang pria		II. PETANDA Seorang pria yang siap bekerja
		III. TANDA Potongan rambut pendek dan pakaian kerja konservatif menunjukkan kemaskulinan		

Bagan 4.2 Representasi maskulinitas oleh perempuan

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mitos yang melekat pada masyarakat luas adalah, bahwa seorang wanita akan terlihat feminin jika berambut panjang, sedangkan laki-laki akan terlihat maskulin jika berambut pendek. Hal itu didukung juga oleh gaya berpakaian yakni dengan cara memakai jas yang identik dengan seorang pria terutama bagi masyarakat yang tinggal di perkotaan besar seperti Seoul. Gaya berpakaian seperti ini dapat juga disebut dengan gaya metroseksual, yakni gaya yang diterapkan oleh pria yang memiliki pekerjaan elit dan bekerja di gedung-gedung perkantoran bertingkat tinggi. Bagi pria metroseksual, penampilan adalah hal yang utama dalam pekerjaannya. Hal tersebut mereka lakukan untuk mempertahankan pekerjaannya.

Dalam drama ini, maskulinitas merupakan sebuah performatifitas. Maskulinitas dapat direpresentasikan oleh seorang perempuan dengan memakai atribut-atribut yang umumnya dipakai oleh pria. Dapat dikatakan bahwa maskulinitas tidak terpaku pada jenis kelamin seseorang. Sesaat yang lalu Mi-Nyu merupakan seorang calon biarawati, namun dalam sekejap identitasnya berubah menjadi seorang idola yang harus diperankannya sebagai seorang lelaki.

Konsep maskulinitas yang ditampilkan oleh Mi-nam adalah maskulinitas *mugukjeok* atau non-nasionalitas, yakni sebuah konsep hibriditas maskulinitas

metroseksual Hollywood, Jepang (*bishonen dan kawaii*),<sup>2</sup> dan Konfusianisme. Walaupun memakai pakaian khas pria, wajah cantik dan manisnya tidak dapat disembunyikan. Dapat dilihat bahwa konsep ini merupakan trend dalam industri hiburan Korea, di mana banyak anggota *boy band* yang berwajah tampan atau terkadang disebut “cantik”.<sup>3</sup>

Di dalam drama ini, para jurnalis dan reporter yang meliput acara konferensi pers tersebut nampaknya sudah terbiasa dengan konsep pria tampan dalam industri musik pop Korea. Oleh sebab itu mereka tidak merasa kaget dengan kehadiran dan penampilan Mi-Nam. Namun bila dicermati, wajah merupakan faktor utama dalam industri ini. Hal ini seperti dituturkan oleh Willoughby, bahwa citra dalam trend musik pop Korea saat ini adalah kualitas yang paling esensial dari seorang penghibur, sementara talenta, musik dan kreatifitas memiliki peran sekunder (2006: 102). Karena adanya pemujaan terhadap kecantikan oleh para penggemarnya, hal ini memunculkan standar kecantikan tersendiri dalam industri ini. Oleh sebab itu, tak jarang untuk memperoleh kecantikan yang diinginkan, beberapa bahkan melakukan operasi. Hal yang umum dilakukan adalah operasi kelopak mata dan pengangkatan hidung agar menyerupai fisik orang Eropa (ibid.; 105). Dalam hal ini, dapat dilihat bahwa citra merupakan segalanya.

#### **4.1.2 Analisis Data Episode 2**

Dalam episode sebelumnya, ketika Mi-Nyu pertama kali melihat dan bertemu dengan ketiga anggota A.N.Jell, ia terkejut akan paras mereka dan menyebutnya dengan “*angelic beauties*”. Ia bahkan membandingkan mereka dengan patung-patung yang berada di halaman gereja tempat ia bekerja sebelumnya, yakni patung David, Julian, dan Thomas.

<sup>2</sup> *Bishonen*: pria tampan. *Kawaii*: manis dan kekanakan Dua konsep yang terdapat pada industri hiburan Jepang.

<sup>3</sup> Hal ini dapat dilihat pada episode 1, di mana direktur perusahaan mengatakan bahwa wajah pria cantik adalah trend dalam musik Korea saat ini.

Di dalam episode 2 ini, Mi-Nyu bermimpi sedang berada di taman gereja. Di sana para anggota A.N.Jell sedang berada di antara patung-patung tersebut. Berikut adalah adegannya:



Gb. 4.3 Anggota A.N.Jell berada di antara patung-patung

Mitos	Bahasa	1. Penanda	2. Petanda
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 3 orang pria di taman dan patung</li> <li>- Berpakaian putih</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbandingan antara patung dengan manusia</li> <li>- Simbol dari kesucian</li> </ul>
	3. Tanda		II. PETANDA
		I. PENANDA	Pria sebagai bentuk seni dan keindahan
		III. TANDA	
		Citra bintang idola Korea kontemporer	

Bagan 4.3 Representasi maskulinitas *pretty boys*

Adegan di atas menggambarkan tiga orang pria berada di sebuah taman yang dikelilingi oleh patung-patung pahatan. Pakaian yang mereka kenakan serba putih. Sebenarnya adegan ini merupakan visualisasi dari mimpi Mi-Nyu yang mengatakan seakan ia berada di surga dan dikelilingi oleh para malaikat. Pada adegan ini Mi-Nyu mencoba membandingkan A.N.Jell dengan patung-patung tersebut, dan seperti yang diketahui patung pahatan merupakan salah satu bentuk seni yang melambangkan keindahan. Sedangkan putih melambangkan kebaikan, hal ini merupakan representasi dari malaikat.

Dari adegan ini dapat diambil kesimpulan bahwa melalui sudut pandang Mi-Nyu yang merupakan seorang perempuan, ketiga lelaki tersebut memiliki paras yang bagaikan seni karena keindahan yang dimilikinya. Sehingga dapat dikatakan bahwa maskulinitas yang mereka representasikan merupakan maskulinitas *pretty boys*, yakni salah satu karakteristik dalam maskulinitas lemah lembut. Wajah ini kerap menghiasi industri musik Korea saat ini.

Konsep *pretty boys* merupakan konsep yang terdapat dalam sejumlah komik Jepang untuk perempuan (*shojo manga*), di dalam bahasa Jepang *pretty boys* disebut dengan *bhisonen*. Konsep ini dikenal dengan nama *kkonminam*,<sup>4</sup> berarti bunga dan pria tampan (Jung, 2011: 58). Menurut Jung, hal ini dikarenakan ketika karakter pria tampan muncul dalam komik yang ada, di sekeliling mereka diberi gambar bunga-bunga yang cantik. Oleh sebab itu mereka menyebutnya dengan *kkonminam* atau pria tampan (pesolek).

Dalam industri hiburan Korea, wajah pria tampan ini dapat dicermati dalam sejumlah *boy band* yang ada seperti TVXQ, Super Junior, maupun Shinee. Pihak perusahaan menampilkan citra artisnya dengan wajah pria tampan karena masyarakat Korea (terutama perempuan) memiliki kecenderungan mengidolakan pria tampan yang mulai menjadi fenomena sejak tahun 1990an (ibid.). Karakteristik pria cantik adalah berwajah tampan yang memiliki kulit halus dan cerah, rambut yang halus, serta berperilaku feminin (ibid.). Dalam drama ini, karakteristik tersebut direpresentasikan oleh ketiga anggota A.N.Jell.

Jung menyebutkan bahwa hal tersebut merupakan pemenuhan keinginan para penggemar wanita karena *kkonminam* memiliki atribut feminin dan maskulin yang mereka dambakan (ibid.). Oleh sebab itu, ketika Mi-Nyu bermimpi dikelilingi oleh ketiga orang pria tersebut, ia seakan berada di surga. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa adegan ini merupakan representasi dari penggemar wanita terhadap *boy band* yang diidolakan.

<sup>4</sup> *Kkonminam* merupakan salah satu alternative judul asli drama You're Beautiful dalam bahasa Korea.

### 4.1.3 Analisis Data Episode 3 dan 5

Di dalam episode 3 ini diceritakan bahwa dua dari anggota A.N.Jell, yakni Tae-Kyung dan Shin-Woo sudah mengetahui identitas Mi-Nyu yang sesungguhnya. Namun demikian mereka tidak memberitahukannya kepada siapapun. Dalam episode ini dapat kita lihat bagaimana Mi-Nyu telah berinteraksi dengan anggota-anggota lainnya dan telah memiliki kegiatan dalam grup musiknya.

Di dalam episode ini akan dibahas lebih lanjut mengenai gaya berbusana bintang idola Korea saat ini. Gaya berbusana dalam hal ini dapat menunjukkan apakah ia seorang laki-laki atau perempuan. Pemilihan busana, baik itu desain ataupun motifnya terkadang menunjukkan kelas dan status seseorang. Di dalam drama ini akan kita lihat bagaimana seorang idola memilih pakaiannya, berikut adalah adegan dari episode tiga:



Gb. 4.4 Gaya berbusana Tae-Kyung (kesatu dari kanan), paling mencolok

Dalam gambar di atas dapat dilihat Tae-Kyung dan Mi-Nam sedang berada di sebuah stasiun kereta api bawah tanah. Pakaian yang dikenakan Tae-Kyung mencolok di antara yang lainnya karena ia memakai celana ketat bermotif, baju yang panjangnya melewati pinggangnya dan sedikit terbuka di dadanya, serta memakai blazer. Di sekitar Tae-Kyung terdapat beberapa murid sekolah perempuan yang dapat terlihat dari seragamnya, sedangkan Mi-Nam memakai baju terusan tapi tidak terlalu mencolok.

Dengan mengenakan pakaian tersebut, hal yang dapat dilihat adalah bahwa ia menunjukkan gaya berpakaian seorang bintang dalam kesehariannya. Saat itu ia memakainya tidak dalam sebuah panggung pertunjukkan, melainkan di sebuah

stasiun kereta api bawah tanah. Dengan adanya orang-orang di sekelilingnya dapat terlihat perbedaan antara seorang bintang dengan orang-orang biasa melalui model pakaian yang digunakan.

Penampilan yang ditunjukkan oleh Tae-Kyung termasuk dalam karakteristik ‘androgini ekstrem’. Karakter seperti ini banyak diaplikasikan oleh para anggota *boy band* di Asia terutama untuk mengangkat popularitasnya. Pada umumnya, anggota *boy band* di Asia memiliki tubuh ramping dan wajah yang klimis. Mereka juga sering mengenakan kostum yang terkadang bersilangan dengan batasan gender—seringkali mereka memakai celana ketat, baju berwarna merah muda atau jubah dengan gambar binatang, serta menggunakan pin berbentuk bunga di kerahnya. Dalam teori Barthes, hal tersebut dapat dilihat seperti di bawah ini:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - celana ketat bermotif - pakaian semi-formal	2. Petanda - gaya berpakaian feminin-maskulin	
		3. Tanda I. PENANDA Gaya berpakaian metroseksual/dandy		II. PETANDA Gaya berpakaian musisi idola
		III. TANDA Gaya busana idola Korea melewati batas gender maskulinitas-feminitas		

Bagan 4.4 Representasi maskulinitas androgini

Namun demikian, dalam drama ini penampilan androgini tersebut tidak hanya dilakukan di atas panggung, melainkan juga di luar panggung. Dapat dilihat bahwa hal tersebut sudah menjadi keseharian bagi mereka, yakni untuk menunjukkan imaji sebagai bintang idola kepada penggemarnya.

Hal ini juga dapat dilihat dalam adegan selanjutnya, seperti yang terlihat di bawah ini:



Gb. 4.5 Adegan Tae-Kyung dan Mi-Nam di depan studio

Dari adegan (4.5), pakaian yang dikenakan Tae-Kyung dan Mi-Nam terlihat lebih jelas. Pakaian Mi-Nam serba tertutup, sedangkan pakaian Tae-Kyung lebih panjang dan memiliki belahan potongan yang rendah di bagian depannya. Sikap tubuh keduanya juga memiliki perbedaan dimana sikap tubuh Tae-Kyung lebih menunjukkan bahwa ia adalah seorang pria dibandingkan dengan sikap tubuh Mi-Nam.

Dengan melihat kedua gambar di atas, dapat dilihat bahwa Tae-Kyung merepresentasikan penyanyi idola Asia yang memiliki tubuh ramping, tidak berbulu dan klimis, dan memiliki gaya busana yang trendi. Seperti yang disebutkan pada gambar sebelumnya, Tae-Kyung nampaknya tidak ragu dan malu untuk memakai celana ketat bermotif dan baju yang tidak lazim dikenakan oleh pria pada umumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa ia adalah seorang idola. Dan dengan melihat sikap tubuhnya yang melipat kedua tangan di dadanya, menunjukkan bahwa ia lebih maskulin dibandingkan dengan Mi-Nam karena sikap tubuh seperti itu adalah ciri dari seorang pria.

Di Korea, umumnya sebuah grup musik tinggal dalam satu rumah dan mereka memiliki seorang pemimpin (*leader*). *Leader* ini biasanya adalah orang yang pandai bicara ataupun usianya paling tua di antara yang lainnya, oleh sebab itu seorang leader biasanya lebih dihormati dan keputusannya pun biasanya diikuti oleh anggota-anggota yang lainnya. Posisi seorang *leader* tidak hanya menjadi juru bicara bagi kelompoknya saja, melainkan juga menjaga dan memperhatikan anggota-anggotanya. Karena memiliki posisi seperti demikian, maka seorang

*leader* memiliki otoritas terhadap mereka. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa sikap tubuh Tae-Kyung di atas menunjukkan otoritasnya terhadap Mi-Nam.

Otoritas Tae-Kyung tersebut merupakan salah satu ciri maskulinitas hegemonik dalam masyarakat Korea kontemporer, yakni maskulinitas patriarkal yang otoritatif, maskulinitas agresif karena adanya wajib militer, dan maskulinitas yang melarang pria bersentuhan dengan pekerjaan rumah tangga (Moon, 2002: 84). Maskulinitas patriarkal tersebut berakar pada Konfusianisme, dimana dalam sebuah keluarga, seorang pria adalah tulang punggung bagi keluarganya sedangkan posisi wanita berada di bawahnya. Melalui pendekatan Barthes, maka hal ini dapat dilihat sebagai:

Mitos	Bahasa	1. Penanda Posisi dan sikap tubuh yang melipat kedua tangan	2. Petanda Karakter dari laki-laki berwibawa
		3. Tanda I. PENANDA Posisi dan sikap tubuh yang berwibawa	
		II. PETANDA Menunjukkan otoritas dalam tradisi Konfusianisme	
		III. TANDA Posisi dan sikap tubuh yang berwibawa menunjukkan maskulinitas patriarkal yang otoriter yang terbentuk oleh Konfusianisme	

Bagan 4.5 Representasi maskulinitas patriarkal-otoriter

Di dalam drama ini, walaupun Tae-Kyung dan Mi-Nam tidak menikah, namun mereka adalah sebuah keluarga dan rekan kerja. Tae-Kyung merupakan kakak dan senior bagi Mi-Nam. Seperti diketahui, posisi wanita dalam dunia karir pun berada di bawah laki-laki. Moon mengungkapkan, posisi wanita pekerja sangat terpinggirkan, mereka seringkali dibayar jauh lebih murah, memiliki pekerjaan yang tidak bergengsi, dan jarang mendapatkan promosi, dan lain-lain (2002: 80). Dan walaupun seorang perempuan lebih senior, tak jarang mereka mendapatkan perintah dari laki-laki walaupun mereka adalah juniornya (Janelli dan Yim, dalam Kendal, 2002: 12-13).

Marginalisasi ini tak hanya terdapat dalam pekerjaan kantoran, namun juga terjadi dalam musik pop Korea (Willoughby, 2006: 103). Dalam sebuah grup

musik yang memiliki anggota laki-laki dan perempuan, biasanya perempuan akan berada di belakang laki-laki. Di dalam drama ini, di atas panggung, Mi-Nam tidak berdiri di belakang yang lain. Namun dalam menyanyikan sebuah lagu, keputusan berada di tangan Tae-Kyung. Selain sebagai pemimpin, ia juga merupakan pencipta lagu di dalam grupnya. Oleh sebab itu, keputusan di atas dan di luar panggung adalah miliknya.

Di dalam drama ini terlihat bagaimana Tae-Kyung merepresentasikan kemaskulinannya tersebut terhadap Mi-Nam. Mi-Nam tidak mempertanyakan otoritas Tae-Kyung terhadapnya. Demikian juga dengan anggota-anggotanya yang lain, mereka menerima otoritas tersebut karena Tae-Kyung adalah kakak bagi mereka.

Selain isu maskulinitas patriarkal-otoriter tersebut, dari kedua adegan di atas dapat dilihat bahwa Tae-Kyung memiliki karakter maskulinitas androgini, dimana ia sangat menjaga penampilan tubuh dan gaya berbusananya. Ia tanpa ragu mengenakan celana dan pakaian yang umumnya akan dikenakan oleh seorang perempuan. Hal tersebut merupakan suatu keharusan dalam industri musik pop Korea saat ini. Seperti diketahui bahwa seorang artis baik itu individu ataupun sebuah grup, jenis pakaian yang akan digunakan baik dalam panggung ataupun keseharian, ditentukan oleh pihak perusahaan tempat mereka bernaung (Willoughby, 2006: 101). Selain jenis pakaian, pihak perusahaan juga menentukan jenis kendaraan yang akan digunakan oleh artis-artisnya (ibid.). Hal tersebut dilakukan untuk mengangkat popularitas ataupun menjaga citra mereka sebagai idola.

Willoughby menuturkan bahwa citra merupakan strategi perusahaan dalam memasarkan bintangnya. Bagi pihak perusahaan, citra adalah faktor utama dalam pemasaran, sedangkan talenta dalam bermusik merupakan faktor kedua (ibid.). Contoh imaji tersebut dapat dilihat dalam episode 5, yang direpresentasikan melalui karakter Shin-Woo. Berikut adalah adegan dari episode tersebut:



Gb.4.6 Karakter Shin-Woo (close-up)

Dalam adegan selanjutnya (gambar 4.6), kita dapat melihat wajah Shin-Woo yang di *close-up*. Di dalam gambar ini tampak wajah Shin-Woo yang mengenakan make-up tipis, seperti *eye liner* dan *lipbalm*. Kedua jenis *make-up* ini umumnya digunakan oleh seorang wanita, ataupun seorang artis yang tengah mengadakan pertunjukkan atau pengambilan gambar. Namun dari gambar di atas kita tahu bahwa Shin-Woo tidak sedang melakukan aktifitas tersebut. Berdasarkan uraian dari Willoughby dan dengan menggunakan pendekatan Barthes, maka hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - pakaian rapi lengkap dengan scarf sebagai aksesoris - memakai tata rias wajah	2. Petanda - gaya berpakaian kelas menengah ke atas, aksesoris khas perempuan - menjaga penampilan	
		3. Tanda I. PENANDA Artis idola		II. PETANDA Seorang idola menjaga penampilan di depan publik
		III. TANDA Citra merupakan faktor utama bagi idola Korea		

Bagan 4.6 Representasi maskulinitas sebagai pembentukan citra idola Korea

Dari uraian di atas dapat kita lihat bagaimana para idola sangat memperhatikan dan menjaga citranya. Untuk mengangkat popularitasnya, mereka terkadang mengenakan pakaian yang melintasi batas gender antara maskulin dan feminin, seperti dengan mengenakan celana ketat yang bermotif. Selain itu, mereka juga tampak tidak ragu untuk mengenakan tata rias meskipun hal tersebut

dilakukan di luar pekerjaannya. Umumnya, *make-up* diasosiasikan dengan wanita sebagai hal yang dianggap feminin.

Di sini kita dapat melihat bagaimana imaji idola direpresentasikan melalui sebuah drama TV dan masyarakat, seperti para pelajar yang berada di stasiun bawah tanah ataupun pekerja di butik tas tersebut, dapat memaklumi dan menerima. Dalam kenyataan, pencitraan idola ini sangat penting bagi para penggemarnya. Hal ini dapat dilihat dalam wawancara yang dilakukan oleh Willoughby terhadap penggemar musik pop Korea, Hō Unsōi, dimana ia mengatakan, “kami tidak peduli dengan jenis musik yang mereka bawakan, atau bahkan siapa bintangnya. Hal yang terpenting adalah gaya.” (Willoughby, 2006: 107).

Representasi maskulinitas yang terdapat dalam kedua data di atas (episode 3 dan 5), adalah maskulinitas *mugukjeok*. Maskulinitas yang ditampilkan adalah maskulinitas Korea kontemporer, karena citra mereka merupakan hibriditas antara maskulinitas *bishonen* (pria tampan) dan *kawaii* (manis dan kekanakan) Jepang serta maskulinitas global “yang androgini yang sempat dipopulerkan oleh Prince di tahun 1980an.” (ibid.: 103). Willoughby menuturkan bahwa jenis pakaian yang dikenakan Prince merupakan gaya berpakaian non-fungsi, ia memadukan gaya hip hop Harlem dan disko tahun 1970an. Perpaduan antara regional (Jepang) dan global inilah yang kemudian menciptakan maskulinitas *mugukjeok*, yakni maskulinitas dalam masyarakat Korea kontemporer.

#### **4.1.4 Analisis Data Episode 4**

Dalam episode 4 diceritakan mengenai Mi-Nyu yang mendapat kabar bahwa ternyata ibu kandung yang ia cari telah meninggal tak lama setelah ia dilahirkan. Hal tersebut sangat mengejutkannya karena dengan demikian ia tidak akan pernah melihat ibunya. Oleh karenanya ia menangis setelah mendengar berita tersebut. Jeremy yang ketika itu bersama Mi-Nyu memberitahukan hal ini kepada Tae-Kyung. Adegannya dapat dilihat di bawah ini



Gb. 4.7 Mi-Nyu sedang menangis

Dari adegan di atas dapat dilihat Mi-Nyu yang sedang menangis. Tae-Kyung mencoba menenangkannya dengan berada di sampingnya dan memeluknya. Tae-Kyung tidak berbicara sama sekali selain hanya membiarkan Mi-Nyu menangis. Melalui mitos Barthes, adegan ini dapat dilihat sebagai berikut:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - Mi-Nyu sedang menangis - Tae-Kyung berada di sampingnya	2. Petanda - Mi-Nyu sedang bermasalah dan bersedih - Tae-Kyung mencoba bersimpati
		3. Tanda I. PENANDA - Mi-Nyu sebagai perempuan lemah dan butuh seseorang untuk berada di sampingnya	
		II. PETANDA Tae-Kyung sebagai pria sensitif mencoba memahami masalah perempuan	
III. TANDA Tae-Kyung adalah pria sensitif yang menunjukkan perhatiannya			

Bagan 4.7 Representasi maskulinitas pria sensitif

Salah satu karakteristik pria baru adalah dapat menunjukkan sisi sensitifitasnya terhadap orang lain. Tidak hanya dengan menangis di depan orang lain, tetapi dapat juga dengan menunjukkan simpatinya kepada yang lainnya. Hal ini berbanding terbalik dengan maskulinitas pria lama, yang memperlihatkan salah satu cirinya sebagai pria dingin dan tidak berperasaan.

Karakteristik tersebut dapat dilihat dalam diri Tae-Kyung melalui adegan di atas (gb. 4.7). Ia menunjukkan kepeduliannya terhadap Mi-Nyu dengan cara memeluk dan membiarkannya menangis. Selain memiliki jiwa sensitif di dalam, sebenarnya Tae-Kyung selalu menampilkan citra dirinya terhadap orang lain sebagai pria yang tangguh dan berwibawa. Hal demikian dikarenakan ia merasa dianggap sebelah mata oleh ibunya, selain itu ia juga merupakan pemimpin dalam grup musiknya. Dapat dikatakan penampilan luar Tae-Kyung adalah sebagai pria tegas namun di dalamnya ia merupakan pria yang lemah lembut dan sensitif.

Karakter yang dimiliki oleh Tae-Kyung tersebut merupakan maskulinitas yang terbentuk oleh Konfusianisme, yakni maskulinitas *seonbi* dimana seorang pria memiliki karisma yang gagah dan kelembutan feminin (Jung, 2001: 47-48). Karakter ini pernah ditunjukkan oleh BYJ dalam Winter Sonata. Sosok pria seperti ini adalah sosok pria ideal bagi penggemar BYJ (ibid.: 47).

#### 4.1.5 Analisis Data Episode 6 dan 11

Dalam episode 6 diceritakan mengenai Yoo He-Yi yang sedang berjalan di dekat lapangan basket dan tanpa sengaja ia terkena bola basket sehingga melukainya. Ketika anak-anak yang bermain tersebut hendak menolongnya, mereka menyadari jika He-Yi adalah seorang artis. Mereka kemudian berlomba untuk mengambil gambarnya dan mengunggahnya di internet. Mereka lupa jika He-Yi terluka. He-Yi mencoba menghindari kejaran mereka tetapi mengalami kesulitan. Tak lama kemudian, Tae-Kyung yang ketika itu berada di dekatnya datang untuk menolongnya. Berikut adalah adegan dari episode 6:



Gb. 4.8 Tae-Kyung yang melindungi He-Yi

Adegan di atas memperlihatkan seorang perempuan berambut panjang yang tertunduk lesu. Ia dikelilingi oleh sekelompok anak muda yang memegang telepon genggam untuk mengambil gambarnya. Di sebelah perempuan itu, seorang pria mencoba untuk membawanya keluar dari kerumunan tersebut. Melalui mitos Barthes, hal ini dapat dilihat sebagai berikut

Mitos	Bahasa	<p>1. Penanda</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- He-Yi yang tertunduk lesu dikelilingi oleh sekelompok anak muda yang ingin mengambil gambarnya</li> <li>- Tae-Kyung memakaikan jaket dan menuntunnya keluar dari kerumunan</li> </ul>	<p>2. Petanda</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- He-yi merupakan orang terkenal yang ingin keluar dari kerumunan itu tetapi tidak berdaya</li> <li>- Tae-kyung datang untuk menolongnya</li> </ul>
		<p>3. Tanda</p> <p>I. PENANDA</p> <p>He-Yi adalah perempuan lemah yang membutuhkan Tae-Kyung untuk keluar dari masalahnya</p>	<p>II. PETANDA</p> <p>Tae-Kyung lebih kuat dan lebih berwibawa dibandingkan He-Yi sehingga ia dapat melindunginya</p>
		<p>III. TANDA</p> <p>Tae-Kyung merupakan sosok pria yang dapat melindungi perempuan yang lemah</p>	

Bagan 4.8 Representasi maskulinitas pria sebagai pelindung

Dari adegan tersebut, dapat dilihat representasi pria sebagai pelindung perempuan. Pria pada umumnya digambarkan sebagai sosok yang kuat, berwibawa dan dapat diandalkan. Sedangkan perempuan memiliki karakter sebagai makhluk yang lemah dan selalu membutuhkan pertolongan. Adegan (4.8) tersebut mempertegas kaum pria sebagai pelindung. Seperti diketahui, ketika sekelompok pria mengerumuni He-Yi, ia tidak dapat berbuat apa-apa selain berputar mencari jalan keluar. Setelah itu, Tae-Kyung datang, memakaikan jaket

pada He-Yi dan kemudian menariknya agar dapat keluar dari kerumunan tersebut. Dan seketika itu He-Yi terbebas dari masalahnya berkat pertolongan Tae-Kyung.

Selain episode 6 di atas, adegan pria sebagai pelindung juga dapat dilihat dalam episode 11. Di dalam episode 11 ini diceritakan mengenai Mi-Nyu yang akan membuka jati diri yang sesungguhnya kepada para wartawan. Ia melakukan hal tersebut karena tekanan dari He-Yi. Namun rencana itu diketahui oleh Tae-Kyung, dan ia memberitahukan Shin-Woo untuk mencegahnya. Berikut adalah potongan adegan dari episode 11 tersebut:



Gb. 4.9 Shin-Woo melindungi Mi-Nyu

Dari adegan di atas dapat dilihat Mi-Nyu yang mengenakan blus dan rok berwarna merah muda, ditutupi kepalanya oleh Shin-Woo dan ditolong oleh dua petugas keamanan agar terhindar dari kejaran para wartawan. Baik Shin-Woo dan dua pria lainnya mencoba untuk melindungi Mi-Nyu. Melalui mitos Barthes, hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

Mitos	Bahasa	1. Penanda Mi-Nyu dituntun oleh Shin-Woo dan dua petugas keamanan agar terhindar dari kejaran	2. Petanda Mi-Nyu sedang menjadi incaran wartawan dan Shin-Woo mencoba untuk menjauhkan mereka dari Mi-Nyu
		3. Tanda I. PENANDA Berita tentang Mi-Nyu tengah diburu oleh wartawan dan Shin-Woo mencoba menutupinya	II. PETANDA Shin-Woo bertindak sebagai penolong Mi-Nyu

		<b>III. TANDA</b> Maskulinitas Shin-Woo sebagai pria penolong
--	--	--

Bagan 4.9 Representasi maskulinitas pria sebagai penolong

Seperti yang dapat dilihat, dalam adegan ini Mi-Nyu menjadi incaran para wartawan yang mengejanya. Agar rahasianya tidak terbongkar, Shin-Woo mencoba untuk menolong dan melindunginya dengan memakaikan jaket di atas kepalanya untuk menutupi wajahnya dan menuntun Mi-Nyu ke suatu ruangan agar dapat terhindar dari wartawan. Di dalam adegan ini Mi-Nyu menuruti tindakan Shin-Woo tanpa membantahnya sedikitpun.

Dari kedua adegan di atas (4.8 dan 4.9), yang diambil dari dua episode berbeda, drama ini mencoba menggambarkan perempuan sebagai makhluk lemah dan tak berdaya sehingga mereka memerlukan bantuan dari pria agar dapat keluar dari masalahnya. Dalam hal ini pria digambarkan sebagai pelindung. Maskulinitas ini direpresentasikan oleh Tae-Kyung dan Shin-Woo, karena dari aspek fisik, mereka digambarkan lebih tinggi dan lebih kuat dari He-Yi dan Mi-Nyu sehingga kedua pria tersebut lebih mampu untuk menolong yang lemah.

Nampaknya hal ini tidak terlepas dari maskulinitas hegemonik yang terdapat dalam masyarakat Korea, yakni dengan adanya wajib militer bagi pria yang muda dan sehat (Moon, 2002: 91). Menurut Moon, wanita juga dapat memasuki militerisme tetapi tidak untuk dikirim ke medan perang, mereka biasanya ditempatkan di bagian administrasi. Dengan demikian, militerisme merupakan wilayah eksklusif bagi pria. Karena dalam hal ini, pria terpanggil untuk melindungi negaranya dari ancaman musuh.

Kecenderungan untuk melindungi tidak hanya terdapat dalam militerisme saja. Akan tetapi dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Di dalam drama ini hal tersebut direpresentasikan oleh Shin-Woo dan Tae-Kyung sebagai pria yang kuat dan menjadi pelindung.

#### 4.1.6 Analisis Data Episode 13

Dalam episode 13 dijelaskan bahwa ketiga anggota A.N.Jell telah mengetahui jati diri Mi-Nyu. Namun ternyata bintang idola Korea lainnya, yakni Yoo He-Yi mengetahui kabar tersebut dari penata gaya A.N.Jell dan berusaha memanfaatkannya untuk popularitasnya. Di dalam episode ini, He-Yi berkunjung ke rumah A.N.Jell dan meminta mereka untuk memasak bagi dirinya. Ia mengancam akan memberitahukan yang sesungguhnya kepada publik jika A.N.Jell menolak permintaannya.

Saat ini, melakukan pekerjaan rumah tangga bukanlah hal yang tabu untuk dikerjakan bagi seorang pria. Salah satu aktifitas domestik yang saat ini lazim dilakukan seorang pria adalah memasak. Kegiatan tersebut dapat dilihat dari adegan di bawah ini:



Gb. 4.10 Adegan Shin-Woo memasak

Dalam adegan 4.10 di atas, dapat dilihat Shin-Woo menggunakan celemek yang bermotif binatang dan berwarna, tengah berada di dapur. Ia berada di dekat kompor, memegang wajan dan spatula yang menunjukkan ia tengah memasak. Dari gambar tersebut, dapat dilihat bahwa dapur yang merupakan ruang domestik bukan hanya tempat bagi perempuan saja. Shin-Woo tanpa ragu memasuki wilayah tersebut dan dengan terampil mengolah berbagai bahan masakan. Dan dapat dilihat dari gambar tersebut betapa terampilnya memegang wajan dan spatula. Hal ini menandakan bahwa ia bukan sekali itu saja memasak.

Dalam pandangan masyarakat Korea yang kental akan ideologi Konfusiusnya, yakni dengan adanya dikotomi antara ruang publik bagi pria dan ruang domestik bagi perempuan (Taga, 2005: 139), maka hal ini bertentangan

dengan ciri-ciri maskulinitas *seonbi*. Dalam maskulinitas tipe ini, seorang pria diharapkan untuk tidak bersentuhan dengan wilayah domestik (Jung, 2011: 29). Jika laki-laki melakukan aktifitas tersebut, mereka akan dianggap tidak jantan atau kurang maskulin (Moon, 2002: 99). Sedangkan pekerjaan rumah tangga seperti memasak dalam tradisi Konfusius adalah pekerjaan bagi wanita.

Namun dalam drama ini nampak dengan jelas bagaimana maskulinitas “pria baru” direpresentasikan oleh Shin-Woo dengan mengenakan celemek yang berwarna cerah dan mengolah makanan di dapur. Celemek dan memasak biasanya diasosiasikan dengan feminitas. Dalam perspektif Barthes, maka hal tersebut akan terlihat seperti di bawah ini:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - Celemek dan - dapur	2. Petanda - Kegiatan masak- memasak
		3. Tanda I. PENANDA Shin-woo mengolah masakan di dapur	
	III. TANDA Wilayah domestik bukan lagi wilayah eksklusif perempuan		

Bagan 4.10 Representasi maskulinitas “pria baru”

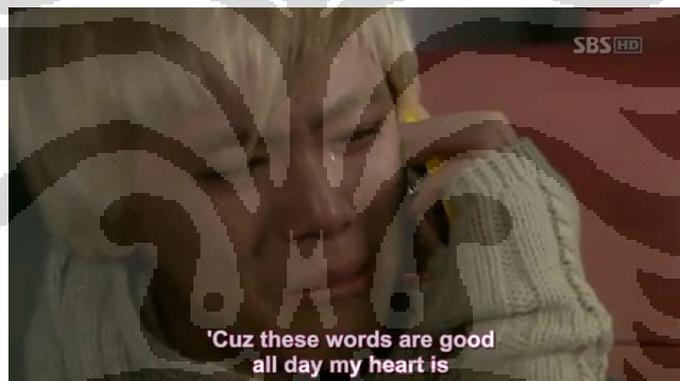
Kegiatan yang terdapat dalam episode 13 ini merupakan kegiatan yang umum dilakukan oleh “pria baru”. Saat ini mereka bersedia untuk melakukan pekerjaan rumah tangga seperti menyapu, mencuci piring dan memasak. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa ruang domestik bukan lagi merupakan wilayah eksklusif bagi wanita, karena lelaki pun dapat melakukan pekerjaan tersebut tanpa sungkan-sungkan lagi.

Dapat dilihat walaupun ia memakai celemek berwarna cerah dan bermotif serta terampil memasak di dapur, namun hal tersebut tidak mengurangi ‘kemaskulinannya’. Dan dapat disimpulkan bahwa identitas dalam hal ini sudah bersifat cair, karena ketiga karakter utama tersebut bersedia untuk bertukar posisi dengan kedua perempuan. Diketahui bahwa ketika para pria memasak, tokoh perempuan hanya duduk memperhatikan.

#### 4.1.7 Analisis Data Episode 14 dan 15a

Di dalam episode 14 dan 15a ini, diceritakan perasaan tiap anggota terhadap Mi-Nyu. Namun Mi-Nyu menjatukan pilihannya terhadap Tae-Kyung. Pada adegan-adegan yang akan dibahas selanjutnya, akan diperiksa bagaimana mereka, Jeremy dan Shin-Woo, menyikapi penolakan Mi-Nyu.

Saat ini, pria tak ragu-ragu lagi untuk mengungkapkan perasaan dan emosinya di hadapan orang lain. Hal tersebut bertentangan dengan konsep maskulinitas tradisional, terutama dalam pandangan masyarakat Barat bahwa menangis di depan umum adalah hal yang tabu untuk dilakukan bagi seorang pria. Adegan yang kontradiktif dengan maskulinitas tradisional dapat dilihat dalam kedua data yang akan diuraikan di bawah ini. Data pertama diambil dari episode 14, seperti yang terlihat di bawah ini:



Gb. 4.11 Jeremy yang tengah menangis

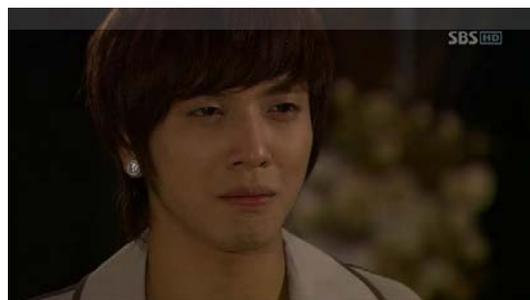
Dari gambar di atas dapat terlihat seorang pria tengah menangis. Dalam adegan ini, raut mukanya menunjukkan kesedihan. Nampak dengan jelas bahwa ia menangis karena sedih. Dalam adegan ini, Jeremy merasa kecewa terhadap Mi-Nyu karena Mi-Nyu lebih memilih Tae-Kyung dibandingkan dirinya. Ia tanpa ragu dan malu menangis di hadapan Mi-Nyu. Dengan menggunakan pendekatan Barthes, maka hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - seorang pria menangis di dalam bis	2. Petanda - sedang menghadapi masalah	
		3. Tanda I. PENANDA Untuk mengungkapkan kekesalan dan emosi, pria tak ragu lagi menangis		II. PETANDA Menangis di depan orang lain sudah tidak tabu lagi bagi seorang pria
		III. TANDA Menangis merupakan karakter pria baru yang cenderung lembut dan sensitif		

Bagan 4.11 Representasi maskulinitas sensitif

Maskulinitas terbentuk oleh masyarakat tentang bagaimana seorang pria harus bersikap. Karakter maskulin yang diketahui oleh masyarakat pada umumnya adalah seorang pria yang keras atau kasar, berjiwa kompetitif dan cenderung menahan perasaan serta bersikap dingin. Tetapi karena budaya, sejarah, dan periode waktu, maka konsep maskulinitas pun berubah. Saat ini maskulinitas terkonstruksi oleh media massa seperti majalah dan televisi. Salah satunya adalah seperti penampilan BYJ dalam dramanya, ketika ia menangis mengeluarkan air mata dan mengedepankan kepentingan orang yang disayanginya meskipun itu menyakiti dirinya.

Sebelum adanya konsep “pria baru”, menunjukkan kerapuhan di depan orang lain merupakan hal yang tabu untuk dilakukan. Namun saat ini, mengungkapkan emosi dengan menangis sudah dapat diterima oleh banyak orang. Hal ini juga dapat dilihat dalam data selanjutnya yang diambil dari episode 15a. Berikut adalah adegannya:



Gb. 4.12 Shin-Woo yang sedang menangis

Melalui gambar terakhir (4.12), dapat kita lihat Shin-Woo yang berusaha menahan air matanya agar tidak menangis. Wajahnya memperlihatkan duka yang dialaminya. Melalui pendekatan Barthes, hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - Shin-woo sedang menangis	2. Petanda - Ia adalah pria sensitive	
		3. Tanda I. PENANDA Shin-Woo bersedih dan menangis		II. PETANDA Shin-Woo menunjukkan kerapuhannya
		III. TANDA Menangis merupakan tanda-tanda yang menunjukkan kerapuhan dan sensitifitas yang merupakan ciri dari “pria baru”		

Bagan 4.12 Representasi maskulinitas “lemah lembut” dan “sensitif”

Dari kedua data di atas (episode 14 dan 15a), dapat dilihat bagaimana pria saat ini lebih ekspresif dalam mengungkapkan emosinya. Hal tersebut dalam drama ini seperti yang direpresentasikan oleh Jeremy dan Shin-Woo. Ketika mereka ditolak oleh Mi-Nyu, mereka tanpa ragu menangis di hadapannya. Dan pada saat yang bersamaan, mereka mengizinkan Mi-Nyu dengan Tae-Kyung. Nampaknya, jiwa kompetitif, seperti apa yang disebutkan sebelumnya, tidak terlihat dalam drama ini. Demi kepentingan Mi-Nyu mereka bahkan tidak bersaing satu sama lain untuk menarik perhatiannya, dan begitu mengetahui pilihan Mi-Nyu, mereka pun dapat menerimanya.

Maskulinitas yang direpresentasikan oleh Jeremy dan Shin-Woo merupakan maskulinitas “lemah lembut” dan “sensitif” yang pernah dipopulerkan oleh BYJ. Ketika itu BYJ mampu menampilkan wajah prianya walaupun ia tengah menangis. Dan di dalam drama ini dapat kita lihat bagaimana Jeremy dan Shin-Woo merepresentasikan hal yang sama, yakni tidak menghilangkan “kelelakiannya” walaupun sedang menangis. Maskulinitas yang “lemah lembut” dan “sensitif” ini merupakan tipikal “pria baru”. Hal ini dapat ditemukan dalam drama-drama Korea saat ini, dimana karakter prianya tidak sungkan untuk mengungkapkan perasaannya dengan menangis.

Akan tetapi, menurut Jung, maskulinitas ini merupakan salah satu karakter dalam ideologi Konfusius yakni seorang lelaki ideal memiliki “*a tender exterior and a strong inner will*” (Jung, 2011: 48). Konsep lelaki ideal dalam Konfusius tersebut adalah seorang lelaki yang lemah lembut tetapi berkeinginan kuat. Konsep ini merupakan salah satu aspek dalam maskulinitas *seonbi* pada masa Dinasti Joseon, dan hingga saat ini karakteristik tersebut merupakan penilaian utama bahwa seorang lelaki berbudaya dalam masyarakat Korea Selatan (ibid.).

Karakteristik tersebut seperti yang digambarkan baik oleh Jeremy maupun oleh Shin-Woo. Di dalam drama ini, mereka berdua jatuh hati pada Mi-Nyu, namun akhirnya pilihan Mi-Nyu jatuh pada Tae-Kyung. Walau demikian, mereka menginginkan Mi-nyu agar berbahagia meskipun dengan cara yang menyakitkan bagi mereka.

Berdasarkan analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa maskulinitas dalam episode 14 dan 15 ini tidak sepenuhnya menunjukkan maskulinitas hibriditas yakni dengan menunjukkan sensitifitas di hadapan orang lain. Maskulinitas tersebut merupakan tipikal dalam maskulinitas *seonbi* yang terpengaruh oleh Konfusius yang masih dipegang hingga saat ini. Jika seorang pria dapat menunjukkan kelemahan lembut dan sensitifitasnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa ia merupakan pria yang berbudaya.

#### **4.1.8 Analisis Data Episode 15b**

Pada episode ini, diceritakan mengenai seorang reporter sebuah tabloid hiburan di Korea yang mencurigai identitas Mi-Nam. Oleh sebab itu, ia selalu mengikuti mereka kemanapun, termasuk ketika grup ini melakukan tur promosi ke Jepang. Setelahnya ia mengambil kesimpulan bahwa Mi-Nam bukanlah seorang lelaki dan ia berniat untuk membongkarnya.

Berikut adalah adegan di sebuah bandara di Korea ketika sang reporter berniat untuk membongkar identitas Mi-Nam yang sesungguhnya:



Gb 4.13 Bagian belakang dari badan Mi-Nam “asli”

Di dalam gambar (4.13)<sup>5</sup> ini dapat dilihat kedua pria yang berada di dalam bandara. Pria disebelah kiri (wartawan) mengenakan pakaian untuk menutupinya dirinya. Ia memakai topi, masker, dan jubah. Sedangkan pria di sebelahnya, adalah Mi-Nam yang asli yang digambarkan ia memakai kaus tak ber lengan dan memperlihatkan badannya yang tegap dan kekar serta berotot. Dalam teori Barthes, hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - Tubuh yang kekar dan berotot	2. Petanda - Tubuh pria macho	II. PETANDA Lelaki yang kuat
		3. Tanda I. PENANDA Pria yang macho memiliki tubuh yang kuat dan berotot		
		III. TANDA Maskulinitas pria baru		

Bagan 4.13 Representasi maskulinitas pria baru

Di era 1980an—1990an ciri-ciri visual maskulin adalah pria yang bertubuh tegap dan kekar, dan memiliki lengan yang berotot (Nixon, 1997). Hal demikian dapat terlihat dalam kampanye produk jeans yang diteliti oleh Nixon, dimana ia mengemukakan bahwa tubuh ideal pria adalah yang terlihat dalam media massa. Dalam masalah psikis, disebutkan bahwa pria cenderung bersikap kasar dan

<sup>5</sup> Dalam adegan ini, pria yang memakai topi dan masker adalah seorang jurnalis gosip yang ingin membuktikan bahwa Mi-Nam adalah seorang perempuan. Namun disaat ia akan mengungkapkan hal tersebut, ternyata ia berhadapan dengan Mi-Nam yang asli yang merupakan seorang laki-laki.

dingin. Mereka juga menjaga jarak terhadap hubungan yang melibatkan emosi, baik dengan keluarga maupun dengan pasangannya.

Tak hanya melalui tubuh, ciri-ciri maskulinitas juga dapat dilihat dari raut wajah seseorang. Ciri-ciri tersebut dapat dilihat dalam adegan di bawah ini:



Gb. 4.14 Adegan ekspresi wajah Mi-Nam

Dalam adegan 4.14 dapat dilihat seorang pria yang memakai tata rias wajah (*eye liner*) yang memiliki ekspresi sinis yang dapat terlihat dari matanya. Sikap tubuhnya menunjukkan tentang kemaskulinannya.

Dalam gambar pertama (4.13), kemaskulinan Mi-Nam yang asli, yakni Mi-Nam laki-laki, direpresentasikan dalam tubuh yang kekar dan berotot. Untuk menunjukkan tubuhnya, ia menggunakan pakaian tak berlengan. Sedangkan gambar kedua (4.14) merupakan ciri-ciri wajah pria yang sinis. Dalam teori Barthes, hal ini dapat dilihat sebagai berikut:

Mitos	Bahasa	1. Penanda - Ekspresi muka dingin dan sinis	2. Petanda - Ekspresi muka pria macho	
		3. Tanda I. PENANDA Pria yang macho berekspresi dingin		II. PETANDA Lelaki yang kuat
		III. TANDA Lelaki yang berkespresi dingin menunjukkan maskulinitas hegemonik		

Bagan 4.14 Representasi maskulinitas tradisional

Dalam hal ini, episode terakhir menunjukkan maskulinitas yang kontradiktif, yakni maskulinitas pria baru dalam adegan (4.12), yakni dengan menunjukkan bagian tubuhnya yang berotot dan maskulinitas tradisional yang menampilkan ekspresi muka yang dingin dalam adegan (4.13).

Dalam masyarakat Korea, menampilkan fisik atau tubuh yang berotot merupakan trend yang baru dilakukan pada tahun 2000an (Jung, 2011: 64). Penampilan ini disebut juga dengan istilah *momjjang*<sup>6</sup> atau fenomena memiliki tubuh yang indah. Dalam dunia hiburan Korea, penampilan fisik ini dipopulerkan oleh BYJ dalam kumpulan foto-fotonya yang disiapkan untuk dijual kepada fansnya.

Tampilan fisik tersebut merupakan tampilan pria metroseksual dan global. Ini dapat dilihat dalam kebudayaan populer Amerika melalui penyanyi-penyanyi seperti Usher ataupun Justin Timberlake yang kerap kali memakai kemeja yang tidak dikancingkan untuk memperlihatkan bentuk perutnya ataupun memakai kaus lengan pendek untuk memperlihatkan otot lengannya. Hal ini juga ditampilkan oleh para artis-artis Korea. Mereka memiliki tubuh yang ramping, tapi kerap kali bagian perut dan lengannya berotot dan sering dipertontonkan kepada penggemarnya. Penampilan seperti ini tidak mereka dapatkan begitu saja. Mereka membentuknya secara khusus melalui berbagai pelatihan fisik.

Sedangkan dalam gambar (adegan 4.12), dapat dilihat bahwa maskulinitas yang direpresentasikan oleh Mi-Nam “asli” merupakan maskulinitas tradisional yang dominan, yakni “laki-laki yang kuat ... serta otoriter ...” (Feasey, 2008; 2—3). Hal tersebut Nampak dari raut mukanya yang sinis, yang menunjukkan dominasinya atas wartawan yang berada di hadapannya. Maskulinitas dominan adalah “lelaki yang berkuasa, lelaki dengan kekuasaan, dan lelaki yang kuat” (Kimmel, 2004: 184; *ibid.*: 3). Dengan tubuhnya yang kekar, Mi-Nam merepresentasikan kekuasaannya tersebut.

Melalui analisis yang telah dilakukan di atas, dapat disimpulkan bahwa drama ini merepresentasikan citra pria yang sedemikian rupa sebagai idola. Gaya

<sup>6</sup> *Momjjang* berasal dari kata *mom* yang berarti tubuh, dan *jjang* yang berarti hebat atau terbaik. Istilah *momjjang* diperkenalkan oleh Yoo dkk pada tahun 2003 (dalam Jung, 2011 64-65).

berbusana di atas panggung ataupun dalam keseharian—terutama ketika mereka sedang berada di tempat publik, dikontrol oleh perusahaan. Hal ini merupakan bagian dari strategi pemasaran artis-artisnya. Mereka tidak hanya menjual suara ataupun talentanya dalam bermusik, tetapi juga memasarkan citranya.

Kemudian, maskulinitas yang direpresentasikan dalam drama ini juga bermacam-macam. Beberapa adegan menunjukkan adanya pria baru, namun sebagian juga masih merupakan maskulinitas tradisional. Selain itu, dalam drama ini juga terlihat bagaimana maskulinitas dapat ditampilkan dan direpresentasikan oleh seorang perempuan, baik ketika ia berperan sebagai perempuan yang menyamar sebagai laki-laki ataupun ketika ia berperan sebagai “lelaki sejati.” Untuk menampilkan peran tersebut, ia menampilkan raut wajah dan ekspresi yang berbeda.

## **4.2 Analisis Data Tekstual**

Dalam analisis data tekstual ini digunakan pendekatan semiotika Barthes untuk melihat mitos-mitos yang berkembang di dunia hiburan Korea, terutama mengenai maskulinitas. Untuk menganalisis industri hiburan Korea, digunakan model analisis milik Jung dan Willoughby. Beberapa dialog yang diambil dari episode-episode tertentu digunakan untuk memperkuat bahasan tersebut.<sup>7</sup>

### **4.2.1 Analisis Data Teks Episode 1**

#### **4.2.1.1 Mitos menjadi bintang idola harus merubah penampilan**

Korea yang terkena dampak krisis finansial di tahun 1997, berhasil bangkit karena industri kebudayaan populernya. Oleh karenanya, pemerintah memberikan dukungan terhadap sektor ini sehingga banyak generasi mudanya menginginkan untuk terlibat di dalamnya dengan menjadi bintang idola. Namun hal ini tidak mudah didapatkan begitu saja. Sebelum bergabung dengan perusahaan hiburan, calon-calon bintang ini terlebih dahulu mengikuti audisi ataupun kontes adu bakat agar dapat diterima oleh perusahaan ternama. Jika terpilih, maka mereka akan direkrut oleh perusahaan untuk dilatih dan dicetak menjadi bintang. Namun proses

<sup>7</sup> Dialog yang dipakai dalam tesis ini merupakan terjemahan dari bahasa Korea ke bahasa Inggris.

yang dilalui biasanya memerlukan waktu hingga bertahun-tahun. Jung Sun menyebutkan, beberapa artis populer seperti BoA, TVXQ, dan Rain merupakan beberapa bintang yang mengalami proses manufaktur-bintang, yakni pelatihan yang berlangsung selama dua tahun atau lebih untuk menjadi produk kebudayaan populer yang dapat diterima baik secara lokal maupun regional (Jung, 2011: 79).

Seperti yang telah disebutkan di bab sebelumnya, proses pelatihan tersebut dapat berupa bagaimana cara bernyanyi, menari, berakting ataupun membawakan acara TV. Setelah dianggap lulus, barulah mereka melakukan debut, yakni tampil di TV dalam skala nasional. Jika berhasil merebut perhatian penggemar, maka karirnya akan berlangsung cukup lama. Jika tidak, maka perusahaan berhak memutuskan langkah selanjutnya.

Namun demikian, yang terjadi dalam drama ini adalah sebaliknya, Mi-Nyu bergabung dengan A.N.JELL tanpa melalui proses yang rumit dan panjang. Ia tidak mengikuti audisi ataupun kontes adu bakat lainnya. Iapun tidak mengalami proses pencetakan bintang seperti yang lainnya. Yang ia lakukan hanyalah berperan sebagai kakaknya dengan cara menandatangani kontrak dengan perusahaan dan merubah penampilannya agar terlihat lebih maskulin.

Setelah menandatangani kontrak, Mi-Nyu mengatakan bahwa ia akan segera berangkat ke Roma untuk dilantik menjadi biarawati yang sesungguhnya. Berikut adalah potongan dialog antara Mi-Nyu dan Manajer Mi-Nam:

- Mi-Nyu : *Please tell Mi-nam oppa to come visit me before I leave for Rome this weekend.*
- Manajer : *You're leaving for Rome?*
- Mi-Nyu : *Oppa didn't tell you? I sent a letter. I'm leaving for Rome very soon. I'm receiving my official proclamation at the Veronica convent. I am going to be able to pray and serve at the convent for the rest of my life.*
- Manajer : *You can't go, you can't go.*
- Mi-Nyu : *Excuse me?*
- Manajer : *Please just stay for one month as Mi-Nam. And we have a press conference on Sunday. You have to attend that also.*

Dari dialog di atas dapat dilihat bahwa manajer Mi-Nam memintanya untuk tinggal lebih lama dan menggantikan posisi Mi-Nam untuk sementara. Awalnya Mi-Nyu menolak hal tersebut. Tetapi karena terus menerus dibujuk oleh

Manajer, bahwa jika ia bergabung dengan A.N.Jell maka ia akan segera menemukan ibunya yang tidak pernah ia lihat sejak lahir. Oleh sebab itu ia memutuskan untuk berperan sebagai kakaknya dan mengubah penampilannya.

Dalam hal ini, penampilan merupakan hal terpenting bagi penyanyi ataupun pemain drama TV. Karena ketatnya persaingan dalam sektor ini terutama untuk meraih dan menjaga penggemarnya, tak jarang sebagian dari mereka banyak yang melakukan operasi plastik. Hal yang umum dilakukan adalah operasi kelopak mata agar terlihat lebih lebar dan juga operasi pengangkatan hidung agar terlihat seperti orang Eropa (Willoughby, 2006: 105). Hal tersebut dapat terlihat dalam dialog berikut:

- Manajer : *Mi-Nam is ...  
Mi-Nam can't close his eyes.*
- Mi-Nyu : *What?*
- Manajer : *It's all my fault. I told him to just get a small touch up. It's not a big deal ... it's a service for the fans. It's not that a big deal. I don't what the heck the doctor did the surgery, but when he's sleeping, he sleeps like this, this. I was shocked. He's in the States right now getting another surgery. If this comes out, we're finished. That's the truth. Corrective surgery, rehabilitation. One month. It's only take a month. Just for one month please take over for Mi-Nam.*
- Mi-Nyu : *By taking over for him, you mean I have to sing and dance with them, and pretend to be a man?*
- Manajer : *That's right. And you have to live in the dorms.*

Dari dialog di atas dapat dilihat bagaimana Mi-Nam berusaha untuk merubah penampilannya agar penggemar dapat menyukainya. Hal yang ia lakukan adalah operasi kelopak mata. Namun karena terjadi kesalahan, ia harus dioperasi lebih lanjut di Amerika. Oleh sebab itu, Mi-Nyu menggantikan posisinya.

Dari dialog di atas dapat disimpulkan bahwa mitos merubah penampilan memang ada dalam industri hiburan Korea. Untuk merubah penampilan tersebut terkadang mereka melakukan hal yang cukup ekstrem seperti melakukan operasi pada bagian wajah ataupun tubuhnya. Dan sering kali, dalam pemberitaannya artis-artis yang diisukan melakukan operasi plastik tersebut justru menolak untuk

memberikan pernyataan yang sesungguhnya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa drama ini merupakan sebuah satir terhadap dunia hiburan Korea itu sendiri.

#### 4.2.1.2 Mitos trend pria tampan

Dalam drama ini diceritakan bahwa Mi-Nam dan Mi-Nyu adalah sepasang kembar identik yang berbeda jenis kelamin. Namun demikian, baik Mi-Nam maupun Mi-Nyu memiliki wajah yang tampan/cantik, dan suara yang serupa. Karakter wajah yang dimiliki Mi-Nam nampaknya sudah merupakan hal yang umum ditemukan dalam industri hiburan Korea kontemporer. Wajah pria tampan dan manis bukanlah merupakan hal yang aneh lagi. Hal ini dapat dilihat dalam dialog berikut, yakni percakapan antara pemimpin perusahaan hiburan A.N. dan asistennya:

Asisten : *You don't think he's too pretty? (sambil melihat foto Mi-Nam)  
I'd believe it if you said he was a girl.*  
Direktur : *This the trend these days.  
Kkot minam.<sup>8</sup> Name is Go Mi-Nam.*

Dari dialog di atas, dapat dilihat bahwa wajah pria tampan bukan lagi hal baru. Hal ini telah menjadi trend di dalam industri hiburan Korea. Oleh sebab itu, dalam industri ini hadir maskulinitas androgini, yakni menampilkan sisi feminin dan maskulin dalam saat yang bersamaan.

Hal tersebut di atas disebabkan oleh tuntutan profesi. Status dan gaya hidup Mi-Nyu yang baru menurut Beynon merupakan salah satu faktor pembentuk maskulinitas. Mi-Nyu yang berperan sebagai bintang diwajibkan menampilkan citra dirinya sesuai dengan tuntutan perusahaan. Konsep ini di Asia awalnya diterapkan dalam industri hiburan Jepang dan kemudian diadaptasi oleh Korea. Beberapa anggota *boyband* ini terkadang menampilkan citra dirinya yang maskulin-feminin. Menurut Bem, orang dengan karakteristik ini dapat disebut juga dengan androgini, yakni menampilkan sisi maskulin dan feminin pada saat yang bersamaan (1974; dalam Gove dan Watt, 2004: 54). Menurut Jung (2011; 59), hal ini dilakukan untuk mengangkat popularitas karena ketatnya persaingan

<sup>8</sup> Good-looking guy—pria tampan.

dalam industri hiburan. Karena sudah dianggap wajar, oleh sebab itu mereka tidak terlalu mencurigai ciri-ciri fisik Mi-Nyu.

Selain penampilan wajah atau tubuh, gaya berpakaian juga turut menentukan kesuksesan seorang bintang. Ini dapat dilihat dari seorang penyanyi rap tahun 1990an, Seo Taiji, yang berpendapat bahwa pencitraan visual sama pentingnya dengan tari dan gayanya bernyanyi (Howard, 2002: 87). Oleh sebab itu, tak jarang mereka sering berganti-ganti kostum agar terlihat lebih menarik.

Drama TV maupun musik pop Korea membawa popularitas bagi bintang-bintangnya. Tak hanya drama maupun musiknya saja yang digemari di Asia, namun juga penampilan fisik dan gaya berpakaianpun menjadi trend di kalangan penggemarnya. Karena terkadang penampilan fisik lebih sering diutamakan daripada kemampuan dan bakat, hal tersebut membuat kecantikan/ketampanan etnis Korea dianggap sebagai sebuah standar kecantikan di Asia (Kim Youna, 2007: 121). Oleh Sebab itu, penampilan dan pencitraan bintang merupakan faktor utama dalam dunia hiburan Korea.

Di dalam drama ini dapat dilihat bagaimana Mi-Nam dan Mi-Nyu merasa harus merubah penampilannya agar dapat masuk ke lingkungan yang baru dan kemudian digemari oleh masyarakat. Tak hanya Mi-Nam dan Mi-Nyu, tokoh-tokoh lainpun berbuat sama. Seperti yang direpresentasikan oleh ketiga anggota band lainnya, dan salah seorang selebritis perempuan yang merasakan bahwa pencitraan adalah salah hal yang penting.

Dalam analisis ini dapat diambil kesimpulan bahwa drama ini merupakan sebuah sindiran terhadap industri hiburan Korea dimana generasi mudanya amat antusias untuk terlibat di dalamnya. Agar dapat direkrut dan diorbitkan menjadi bintang, mereka mengikuti beragam audisi dan lomba adu bakat lainnya. Selain itu merekapun bersedia untuk merubah penampilan fisiknya agar terlihat lebih menarik bagi penggemarnya.

Di dalam drama ini terlihat betapa mudahnya Mi-Nyu memutuskan untuk tidak menjadi biarawati padahal ia tinggal selangkah lagi untuk diangkat menjadi

biarawati.<sup>9</sup> Ia akhirnya memutuskan untuk bergabung dengan grup musik yang sudah terkenal tanpa melalui audisi dan proses pelatihan yang lama. Citra bintang juga merupakan hal penting dalam industri ini sehingga wajah etnis Korea dijadikan sebagai standar kecantikan/ketampanan di wilayah Asia.

#### 4.2.2 Analisis Data Teks Episode 2: Mitos popularitas

Dalam episode 2, Mi-Nyu memiliki keinginan untuk mundur karena terjadi kesalahpahaman antara dirinya dengan Tae-Kyung sehingga para penggemar membencinya dan menginginkannya untuk keluar. Namun Manajer Mi-Nam melarangnya karena ia telah memperoleh popularitas sehingga ia dapat menemukan ibunya. Dialog antara Mi Nyu dan manajer dapat dilihat di bawah ini:

- Mi Nyu : *Do you really believe that I can safely spend my days here?*
- Manajer : *Of course, for your brother Mi Nam, you will no doubt be able to do well. And also, it's a bit unsteady because of the media scandal, but you're the number one online search! With one swoop, everyone knows who Go Mi Nam now!*
- Mi Nyu : *I've become known nationwide as a liar.*
- Manajer : *But then, if you become famous, you'll be able to find your mother. Please, don't be discouraged, Miss.*
- Mi Nyu : *If I become famous, will our mother recognize us?*

Dari dialog di atas, Mi-Nyu menganggap dirinya telah melakukan kebohongan karena ia berpura-pura sebagai kakaknya. Namun Manajernya terus menerus meyakinkan dirinya bahwa apa yang ia lakukan adalah untuk Mi-Nam. Ia bahkan mengatakan karena dengan skandal yang beredar, setiap orang tahu siapa Mi-Nam. Dengan popularitasnya tersebut, ia akan segera bertemu dengan ibunya. Oleh sebab itu, manajer terus-menerus meyakinkan dirinya agar tidak keluar dari A.N.Jell.

Dari dialog tersebut, Mi-Nyu tahu bahwa apa yang ia lakukan bertentangan dengan nuraninya. Namun karena dorongan dari Manajernya, ia

<sup>9</sup> Dalam episode 1, diceritakan tentang Mi-Nyu yang sudah tiba di bandara untuk pergi ke Roma dan akan segera diangkat menjadi biarawati yang sesungguhnya. Namun setelah bertemu dengan manajer grup, ia akhirnya memutuskan untuk bergabung dengan A.N.Jell dan melepaskan profesi sebelumnya.

tetap bertahan dan menyamar sebagai Mi-Nam. Hal tersebut tidak terlepas dari ambisi sang Manajer.

Dalam dunia hiburan Korea sesungguhnya hal ini memang terjadi. Seorang artis akan didorong sedemikian rupa oleh pihak manajemen agar terkenal. Contohnya dapat dilihat dalam sosok Rain, ia merupakan salah satu bukti ambisi kuat dari manajer dan produsernya (Jung, 2011: 79). Rain telah melakukan banyak hal untuk popularitasnya, seperti menari, bernyanyi, bahkan bermain drama TV maupun film. Ia juga merupakan salah satu artis Korea yang dapat memasuki pasar Hollywood. Ia telah membintangi film produksi Hollywood seperti *Speed Racer* (2008) dan *Ninja Assassin* (2009). Menurut Jung, proses Amerikanisasi ini merupakan proyek dari produser dan manajernya untuk meng-globalkan Rain agar dapat terkenal di luar Asia (ibid.). Hal ini dilakukan untuk mendapatkan audiens yang lebih luas lagi.

Selain ambisi dari manajer, perubahan yang terjadi pada identitas Mi-Nyu dikarenakan oleh dirinya sendiri dan dorongan orang lain. Pada episode 1, ketika ia sedang kebingungan antara menolong kakaknya atau tidak, Suster Kepala meyakinkan Mi-Nyu untuk melakukan apa yang benar-benar ingin dilakukannya. Selain itu, Mi-Nyu juga digambarkan sebagai gadis yang lugu dan polos, dan tidak mengetahui dunia hiburan beserta artis-artisnya. Oleh sebab itu, Mi-Nyu memutuskan untuk bergabung dengan A.N.Jell karena berbagai hal, yakni ambisi dari manajer, alasan ia ingin menolong kakaknya, alasan ingin menemukan ibu kandungnya, dorongan dari orang-orang terdekat, serta untuk mengetahui dunia luar yang baginya amat asing.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa Mi-Nyu merupakan representasi sebagai orang-orang yang terlibat dalam industri hiburan yang sesungguhnya. Banyak artis Korea yang masuk bisnis ini karena faktor ekonomi maupun adanya dorongan dari keluarganya. Beberapa artis datang dari luar Seoul untuk mengikuti beragam audisi dan pelatihan sebelum diorbitkan menjadi bintang idola. Motivasi mereka adalah kesuksesan untuk merubah keadaan ekonominya dan juga keluarganya.

### 4.2.3 Analisis Data Teks Episode 13: Mitos bintang idola mempertahankan kepopuleran

Dalam drama ini Yoo He-Yi adalah seorang idola perempuan yang citranya dikenal sebagai gadis baik-baik. Oleh sebab itu ia lebih mementingkan citranya dibandingkan hal lainnya. Dan ketika ia mengetahui kebenaran tentang Mi-Nyu pada episode 5, ia berusaha memanfaatkannya. Ia ingin agar Tae-kyung menjadi kekasihnya jika mereka tak ingin rahasia Mi-Nyu diketahui oleh masyarakat. Hal ini ia lakukan untuk meningkatkan popularitasnya. Hal ini dapat dilihat dalam dialog berikut:

He-Yi : *Everyone thinks that I'm very close to you all, so I came to take some photos to update my homepage.*  
Tae-Kyung : *Let's make a collage (of individual photos).*  
He-Yi : *Then I should write about Go Mi-Nam? My homepage will surely get a lot of visits.*

Popularitas merupakan hal yang sulit untuk dipertahankan. Karena kesulitannya itu terdapat sejumlah istilah tentang popularitas bintang seperti 'bintang sehari', 'flash star', ataupun 'cooking pot star'; yakni sebutan bagi tungku memasak yang terbuat dari kuningan yang mudah panas, akan tetapi ketika dijauhkan dari sumber panas suhunya akan menjadi cepat dingin (Willoughby, 2006: 102). Terkadang popularitas mudah diraih, namun sulit untuk dipertahankan. Jika beruntung, seorang bintang dapat mempertahankannya hingga bertahun-tahun. Jika tidak, popularitasnya hanya akan berlangsung selama beberapa bulan saja. Hal ini juga biasanya tergantung pada pemberitaan media. Mereka akan menampilkan apa yang pantas atau tidak pantas untuk diberitakan. Oleh sebab itu, dalam drama ini He-Yi bersedia melakukan apapun agar popularitasnya bertahan lama.

Dalam analisis ini dapat diambil kesimpulan jika tokoh-tokohnya melihat dan menyikapi maskulinitas Mi-Nyu dengan cara yang berbeda. Beberapa tokoh, kecuali He-Yi, memilih untuk diam ketika mengetahui identitas Mi-Nyu agar nama grup musik mereka ataupun perusahaan tidak rusak. Sedangkan He-Yi memanfaatkannya untuk ketenarannya.

#### 4.2.4 Analisis Data Teks Episode 15

##### 4.2.4.1 Mitos dampak terhadap *Korean Wave* jika identitas terbongkar

Di dalam episode 15, setelah A.N.JELL melakukan jumpa penggemar di Jepang, Mi-Nam yang asli akan datang menemui mereka di bandara dan mengambil alih posisinya setelah sekian lama digantikan oleh Mi-Nyu. Seorang reporter tabloid selama ini mencurigai gerak-gerik Mi-Nyu. Untuk membuktikan kecurigaannya tersebut, ia menyelidiki dan mengikuti A.N.JELL baik ke Jepang maupun ketika kembali ke Korea. Setelah ia meyakini hasil dari penyelidikannya tersebut bahwa Mi-Nam adalah seorang perempuan, ia berencana untuk membongkar rahasia itu. Berikut adalah adegan dari episode 15 dan dialog antara Reporter, Mi-Nam asli,<sup>10</sup> dan Manajer:

Reporter : *Go Mi-Nam, you're a girl!* (sambil menarik jaket Mi-nam)  
*It's not* (setelah memeriksa tubuh Mi-nam)

Mi-nam : *What are you doing?*

Manajer : *Hold on, hold on.*  
*Hey, introduce yourself.*  
*This is reporter Kim from the Korea Ilbo.*<sup>11</sup>  
*He is the guy that interviewed your sister Mi-Nyu.*

Reporter : *After my analysis, the conclusion is that, it should be a girl.*  
*I've been following you since Japan ...*

Manajer : *Mi-Nyu and Mi-Nam are twins, that's why you probably*  
*misunderstood.*  
*You confused them!*  
*[...]*

Reporter : *No. My instinct can't be wrong!*  
*A.N.Jell is hiding a secret, that's Go Mi-Nam.*

Manajer : *Please think about hallyu wave.*  
*If something bad spreads out about A.N.Jell right now, the*  
*hallyu wave will be affected.*

Sebagai seorang reporter tabloid, melalui analisis dan penyelidikannya, ia mengetahui jika selama sebelum tur A.N.Jell ke Jepang, bahwa Mi-nam adalah seorang perempuan (yang ia lihat adalah Mi-Nyu). Namun karena ia tidak dapat membuktikannya, ia tidak dapat berbuat apa-apa terutama ketika manajer berkata apa yang akan terjadi kepada *Korean Wave* jika berita yang sesungguhnya

<sup>10</sup> Mi-Nyu tinggal di Jepang untuk sementara waktu agar kakaknya dapat beradaptasi dengan A.N.Jell.

<sup>11</sup> Nama sebuah tabloid fiksi dalam drama ini.

terungkap. Jika dicermati dari dialog di atas, dapat dilihat bahwa manajer lebih menekankan kepada apa yang akan terjadi pada *Korean Wave* bukan pada A.N.Jell jika publik mengetahui yang sebenarnya. Nampaknya *Korean Wave* sendiri lebih penting bila dibandingkan dengan individu maupun kelompok yang terlibat di dalam industri hiburan ini.

*Korean Wave*, yakni ekspor kebudayaan populer seperti drama TV, film, maupun musik popnya, telah mengangkat Korea dari krisis finansial yang dialami sejak tahun 1997. Ketika krisis terjadi, ribuan orang kehilangan pekerjaannya. Namun di lain sisi, drama TV tetap bertahan. Karena harganya yang lebih murah dibandingkan drama TV dari negara-negara lain seperti Jepang maupun Hong Kong, drama TV banyak diimpor oleh negara-negara lain di kawasan Asia Timur. Kepopulerannya di Asia Timur menciptakan istilah *Korean Wave*. Pemerintah melihat drama TV sebagai sebuah industri yang dapat mengangkat Korea dari keterpurukan krisis finansial sehingga pemerintah mengalokasikan dana untuk industri ini. Kepopuleran drama TV Korea kemudian diikuti juga oleh kepopuleran musiknya. Hal ini berdampak pada sektor-sektor lain, seperti pariwisata maupun industri elektronik.

Dapat dilihat bahwa drama TV maupun musik pop dapat membangun Korea kotemporer. Oleh sebab itu, setiap individu yang terlibat di dalamnya memiliki rasa tanggung jawab untuk menjaga citra *Korean Wave*.

#### **4.2.4.2 Mitos maskulinitas hanya melekat pada pria**

Ketika Mi-Nyu menjadi Mi-Nam, ia merubah penampilannya agar terlihat lebih maskulin. Pada awal kemunculannya, ia tidak begitu disukai oleh penggemarnya karena sering menimbulkan masalah terhadap anggota lainnya. Namun karena ia diduga telah menyelamatkan Tae-Kyung dari kolam renang, para penggemar mulai menaruh simpati terhadap dirinya. Tetapi hal ini dirasakan berbeda ketika Mi-Nam yang asli datang. Salah satu lagu yang dinyanyikannya berhasil menjadi hits. Album A.N.Jell pun semakin laris. Dan seketika itu juga, Mi-Nam semakin populer dan lebih disukai oleh penggemarnya dibandingkan

anggota lainnya. Berikut adalah dialog para penggemar yang akhirnya menyukai Mi-Nam:

- Fans 1 : *I, recently have been completely charmed by Mi-Nam oppa. He is full of charisma (salah satu karakter Tae-Kyung).*  
Fans 2 : *He's really as gentle as Shin-Woo oppa.*  
Fans 3 : *And as humorous as Jeremy oppa. He is so eloquent.*  
Fans 1,2 dan 3 : *Mi-Nam oppa, is great!*

Dalam dialog di atas, dapat dilihat bahwa penggemar semakin tertarik pada Mi-Nam belakangan ini, terutama ketika Mi-Nam yang asli muncul. Disebut-sebut ia memiliki perpaduan karakter yang dimiliki ketiga anggota lainnya, sehingga ia lebih populer dibandingkan yang lainnya. Hal ini sangat jauh berbeda ketika Mi-Nyu bergabung dengan A.N.Jell, karena ia tidak memiliki penggemar yang benar-benar tertarik kepadanya.

Selain kepopuleran Mi-Nam di antara penggemarnya, jadwal dan aktifitas A.N.JELL semakin sibuk dan padat. Hal ini dapat dilihat dalam dialog di bawah ini:

- Bibi Mi-nam : *Oh, all the children aren't home. No one eats anything I cook.*  
Manajer : *Wait till their activities start, they'll be so busy. They won't even have time to sleep. Their schedule is not a joke. It was exactly how it was when Mi-Nam was here.*  
Bibi Mi-nam : *When our Mi-Nyu was here?*<sup>12</sup>

Dari dialog di atas dapat dilihat bahwa grup tersebut jarang berada di rumah karena jadwal mereka yang padat. Hal ini terjadi ketika Mi-Nam datang. Sedangkan ketika Mi-Nyu bersama mereka, kegiatan mereka sangat terbatas dan tidak melakukan tur musik sama sekali. Nampaknya hal ini terjadi karena mereka tidak menginginkan identitas tentang Mi-Nam yang sesungguhnya terungkap di hadapan publik.

Dari kedua teks di atas, nampaknya publik lebih menyukai penampilan Mi-Nam yang asli dibandingkan Mi-Nam yang diperankan oleh adik kembarnya. Hal tersebut dapat terlihat dari lagu yang menjadi hits, penjualan album yang meningkat, dan banyaknya aktifitas musik yang harus dipenuhi.

<sup>12</sup> Ketika Mi-Nyu menggantikan Mi-Nam, ia tidak dapat membedakan keduanya.

Dalam drama ini, pada beberapa episode awal, maskulinitas dapat ditampilkan oleh seorang perempuan dengan memakai atribut khas laki-laki. Hal ini dilakukan agar ia dapat memasuki industri musik Korea. Ia kemudian disukai oleh penggemarnya, namun dampaknya tidak sebesar ketika kakaknya, Mi-Nam, hadir. Kehadiran Mi-Nam semakin membawa popularitas terhadap grup musik tersebut. Ia juga disukai oleh penggemarnya yang sebelumnya menjadi fans setia dari masing-masing anggota. Walaupun maskulinitas dapat ditampilkan oleh pria ataupun wanita, tetapi di dalam masyarakat Korea yang direpresentasikan dalam drama ini, maskulinitas melekat pada pria

### 4.3 Temuan

Temuan-temuan yang didapatkan dari analisis di atas adalah sebagai berikut:

Episode	Representasi	Maskulinitas	Mitos
1	Representasi maskulinitas yang ditampilkan oleh seorang perempuan	Maskulinitas merupakan sebuah performativitas karena dapat ditampilkan oleh seorang perempuan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjadi bintang idola harus merubah penampilan</li> <li>- Pria “cantik” sedang menjadi trend dalam kebudayaan populer Korea saat ini</li> </ul>
2	Representasi maskulinitas <i>pretty boys</i> (pria tampan yang memiliki sifat feminine)	Maskulinitas lemah lembut karena memiliki atribut feminin-maskulin.	Ambisi manajer untuk mempopulerkan artisnya
3 dan 5	Merupakan bagian dari strategi pemasaran pihak perusahaan untuk mempopulerkan	- Maskulinitas patriarkal-otoriter (episode 3), yang	

	artisnya.	merupakan bagian maskulinitas tradisional karena terpengaruh oleh Konfusinisme. - Maskulinitas androgini (episode 3 dan 5), maskulinitas yang ditampilkan yakni berupa maskulinitas mugukjeok— yakni maskulinitas hibriditas yang terbentuk oleh konsep <i>bishonen</i> dan <i>kawaii</i> Jepang serta maskulinitas metroseksual global.	
4	Representasi maskulinitas sensitif	Maskulinitas lemah lembut yang dipengaruhi oleh Konfusianisme	
6 dan 11	Representasi maskulinitas hegemonik	Maskulinitas pria sebagai pelindung perempuan	--
13	Representasi maskulinitas pria baru.	Mendobrak maskulinitas tradisional <i>seonbi</i> yang terpengaruh oleh Konfusianisme, dengan memakai celemek dan memasak yang merupakan kegiatan feminin.	Bintang idola harus mempertahankan popularitasnya.
14 dan	Representasi	Maskulinitas “lemah	

15a	maskulinitas pria baru.	lembut” dan “sensitif”, dimana mereka tidak ragu-ragu lagi untuk mengekspresikan emosinya.	--
15b	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representasi pria baru.</li> <li>- Representasi tradisional.</li> </ul>	Merepresentasikan maskulinitas yang kontradiktif. Dalam menampilkan tubuh yang kekar dan berotot merupakan maskulinitas pria baru, sedangkan ekspresi muka dingin merupakan representasi tradisional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Korean wave</i> akan rusak jika identitas terbongkar.</li> <li>- Maskulinitas melekat pada pria.</li> </ul>

Tabel 4.1 Representasi maskulinitas dan mitos-mitos yang berkembang

Dalam tabel di atas dapat dilihat bahwa melalui drama TV *You're Beautiful*, beberapa konsep maskulinitas baru muncul, yaitu:

1. Maskulinitas *mugukjeok*, yakni maskulinitas hibriditas dari *bishonen* (pria cantik) dan *kawaii* (manis dan kekanak-kanakan) Jepang serta metroseksual maskulinitas global. Sehingga dengan sendirinya menjadikan tipe ini sebagai maskulinitas dalam masyarakat Korea kontemporer. Maskulinitas tipe ini memudahkan kehadiran seorang idola diterima di berbagai kawasan di Asia terutama di negara yang tidak menganut ajaran Konfusius
2. Maskulinitas yang lembut dan sensitif, yang diungkapkan melalui berbagai macam ekspresi seperti rasa kasih sayang terhadap orang lain dan juga tidak ragu-ragu lagi untuk menangis di depan orang lain.
3. Maskulinitas pria baru, yang mendobrak maskulinitas tradisional Konfusius, *seonbi*, dengan memasuki dan melakukan kegiatan domestik. Maskulinitas pria baru juga ditunjukkan melalui tubuh yang kekar dan berotot, yang merupakan trend di tahun 2000an dalam masyarakat Korea.

## BAB 5

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dalam penelitian ini, permasalahan yang diajukan adalah representasi maskulinitas yang terdapat dalam drama TV Korea *You're Beautiful*. Konteks penelitiannya berupa masyarakat Korea kontemporer, tepatnya tahun 2009 ketika drama ini diproduksi. Drama TV Korea merupakan sebuah produk kebudayaan populer yang dikonsumsi oleh sebagian remaja putri dan perempuan dewasa di kawasan Asia Timur dan Tenggara. Alasan utama ketertarikan penggemarnya adalah visualisasi bintang-bintangnya yang menawan.

Kebudayaan populer Korea mendapat pengaruh baik global maupun regional. Ia mengapropriasi kebudayaan Hollywood dan Jepang, dan mentransformasikannya ke dalam berbagai bentuk produk kebudayaan populer dengan konteks ke-Koreaan. Karena masyarakat di Asia Timur dan Tenggara terlebih dahulu mengenal dan mengonsumsi kedua produk tersebut—Hollywood dan Jepang, maka mereka dengan mudah menerima dan mengonsumsi produk Korea. Walaupun terdapat banyak kemiripan, namun produk kebudayaan Korea menawarkan sentimen ke-Asiaan seperti nilai-nilai Konfusius dan nilai-nilai kekeluargaan, yakni nilai-nilai yang masih dipegang oleh sebagian besar masyarakat Asia hingga saat ini.

Melalui sebuah drama TV, makna dapat diproduksi. Makna didapatkan melalui analisis visual dan tekstual dengan menggunakan pendekatan semiotika Barthes. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi representasi maskulinitas serta mitos-mitos yang terdapat dalam drama TV *You're Beautiful*.

Maskulinitas yang direpresentasikan dalam drama ini tidak sepenuhnya merupakan maskulinitas “*new man*” atau “pria baru”. Di dalam analisis ini ditemukan mengenai maskulinitas yang patriarkal-otoriter. Maskulinitas ini terpengaruh oleh ideologi Konfusius yang mengedepankan pria dibandingkan perempuan. Selain itu, maskulinitas tradisional lainnya direpresentasikan dengan

tubuh yang kekar dan ekspresi muka yang sinis. Kedua hal tersebut merupakan tipikal maskulinitas tradisional.

Selain maskulinitas tradisional, terdapat juga maskulinitas “pria baru”. Maskulinitas tersebut adalah maskulinitas *mugukjeok*, yang merupakan perpaduan antara maskulinitas *bishonen* dan *kawaii* Jepang dengan maskulinitas metroseksual Hollywood, serta maskulinitas *seonbi* Konfusius. Hal tersebut menciptakan maskulinitas *mugukjeok*. Karena masyarakat luas terlebih dahulu mengenal kedua konsep maskulinitas Jepang dan Hollywood melalui produk-produk kebudayaan yang pernah dikonsumsi, maka maskulinitas *mugukjeok* yang ditawarkan dalam industri kebudayaan populer Korea mudah diterima oleh berbagai bangsa. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa maskulinitas hibriditas tersebut merupakan maskulinitas yang terdapat dalam masyarakat Korea saat ini.

Representasi maskulinitas “lemah lembut” dan “sensitif” yang pernah dipopulerkan oleh BYJ dalam drama *Winter Sonata*, juga ditemukan dalam penelitian ini. Maskulinitas “pria baru” yang sensitif adalah ketika pria tidak ragu-ragu lagi untuk mengungkapkan emosinya dengan menangis, serta menunjukkan kepeduliannya terhadap orang lain. Walau demikian, sisi kemaskulinan mereka tetap terlihat. Maskulinitas yang serupa juga direpresentasikan dengan cara memasak di dapur. Dalam pandangan masyarakat Korea, memasak merupakan satu hal yang bersifat feminin. Tetapi dalam drama ini, dapat dilihat bahwa ruang domestik bukan lagi merupakan wilayah eksklusif bagi perempuan.

Konsep maskulinitas yang ditampilkan dalam drama ini mencakup aspek representasi yang telah disebutkan oleh Giles dan Middleton, yakni menggambarkan dan mewakili. Dalam penelitian ini, maskulinitas yang ditampilkan menggambarkan dan mewakili industri kebudayaan Korea saat ini. Sedangkan pencitraan pria yang ditampilkan dalam drama ini merupakan bagian dari strategi pemasaran pihak perusahaan yang bergerak di sektor industri hiburan.

Sedangkan melalui analisis tekstual yang dilihat dari dialog-dialognya dapat dilihat beberapa mitos yang berkembang di dalam dunia hiburan Korea. Mitos yang pertama adalah, bahwa seseorang yang menginginkan masuk ke dalam

industri hiburan ini harus merubah penampilannya, seperti operasi mata maupun operasi pengangkatan hidung. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian penggemarnya. Mitos yang kedua adalah, bahwa wajah pria “pesolek” merupakan trend di dalam industri hiburan Korea saat ini. Hal ini dapat dilihat melalui pengkarakteran ketiga anggota A.N.Jell yang tidak segan-segan untuk merias wajahnya dan menjaga penampilannya serapi dan setrendi mungkin. Oleh karena itu, maskulinitas yang ditampilkan oleh mereka berada dalam batasan antara maskulinitas-feminitas yang disebut juga dengan androgini. Namun dalam hal ini, mereka adalah lelaki normal. Hanya penampilan luarnya yang terlihat lebih feminin untuk menarik penggemarnya.

Mitos lainnya yang berkembang adalah bahwa seorang bintang idola harus menjaga popularitasnya. Di dalam industri hiburan Korea, tingkat persaingan untuk mendapatkan tempat tersebut sangat sulit. Terkadang popularitas dapat hilang dalam sekejap. Oleh sebab itu mereka bersedia melakukan apapun termasuk berbohong dan memeras bintang yang lainnya seperti apa yang dilakukan oleh He-Yi. Ia mendekati A.N.Jell agar ia dapat diberitakan di mana-mana sehingga ia dapat mempertahankan popularitasnya.

Selain itu, terdapat juga mitos yang berkembang bahwa *Korean wave* akan rusak jika seseorang membongkar jati diri Mi-Nyu yang sesungguhnya. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap individu yang terlibat dalam industri hiburan Korea memegang tanggung jawab untuk menjaga nama *Korean wave* sebersih mungkin, karena hal tersebut akan berdampak pula terhadap perekonomian negaranya. Hal tersebut terlihat ketika seorang wartawan akan membongkar jati diri Mi-Nam dan dicegah oleh manajernya.

Mitos lainnya adalah bahwa maskulinitas melekat pada pria. Hal ini terlihat ketika Mi-Nyu mencoba tampil dan menyamar sebagai kakak laki-lakinya, ia tidak begitu berhasil mendapat perhatian penggemarnya. Mereka bahkan menginginkan agar ia keluar dari band tersebut. Namun begitu Mi-Nam datang dan mengambil alih keadaan, para penggemar yang sebelumnya setia kepada ketiga anggota A.N.Jell terdahulu, kemudian berbalik menggemarnya. Bagi mereka Mi-Nam adalah anggota band terfavorit. Dari hal tersebut dapat terlihat

bahwa maskulinitas dapat ditampilkan oleh seorang perempuan, namun pada akhirnya masyarakat memilih bahwa maskulinitas melekat pada pria.

Dalam aspek identitas, diketahui bahwa identitas bersifat cair dan selalu mengalami perubahan. Ini dapat dilihat dari identitas tokoh utamanya, yakni ketika ia merubah dirinya dari feminin ke maskulin dengan menggunakan atribut-atribut tertentu. Dapat dilihat bahwa gender merupakan sebuah pilihan dan performativitas. Seseorang dapat memilih untuk menampilkan sisi mana yang akan ditampilkan kepada masyarakat.

Namun demikian, terjadi krisis identitas terhadap dua tokoh dalam drama ini. Salah satunya meragukan identitasnya yang awal karena ia tidak memperoleh akses terhadap informasi yang ia cari. Untuk meraihnya, ia merubah identitasnya yang sangat asing bagi dirinya.

Tokoh yang lainnya mengalami krisis identitas terhadap orientasi seksualnya. Hal tersebut disebabkan karena ia tidak mengetahui identitas sebenarnya dari orang yang ia sukai. Namun ia kembali seperti semula ketika ia mengetahui kebenarannya.

Drama ini memperlihatkan bagaimana gender yang dipengaruhi oleh Konfusianisme dicoba dikonstruksi kembali. Seperti diketahui, di dalam drama ini terdapat dua tokoh pria yang berasal dari keluarga golongan menengah ke atas yang disebut dengan *yangban*. Dalam tradisi Konfusius, golongan *yangban* tidak diperbolehkan untuk menyentuh wilayah domestik. Namun di dalam drama ini terlihat bahwa wilayah domestik dapat dimasuki oleh pria. Dengan demikian, terdapat perubahan dalam konstruksi gender yang sebelumnya dipengaruhi oleh Konfusianisme.

Dalam drama ini terjadi pemaknaan baru terhadap konsep maskulinitas masyarakat Korea saat ini, yakni maskulinitas *mugukjeok*. Maskulinitas ini merupakan maskulinitas yang direkonstruksi dari elemen-elemen maskulinitas yang ada sebelumnya, seperti maskulinitas *bishonen* dan *kawaii* Jepang, maskulinitas *metroseksual* Hollywood, serta maskulinitas *seonbi* Konfusius. Karena adanya maskulinitas hibriditas ini, maka hal tersebut yang memudahkan

pencitraan bintang-bintang Korea dapat diterima dengan positif dan dikonsumsi oleh negara-negara di kawasan Asia lainnya, termasuk Indonesia, yang tidak menganut ajaran Konfusius. Dalam penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa maskulinitas yang dihadirkan merupakan komoditi dalam industri hiburan Korea.

## 5.2 Saran

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa aspek maskulinitas yang tidak diteliti karena keterbatasan waktu. Isu menarik dapat dibahas dalam penelitian ini, yakni isu homoseksualitas. Dalam beberapa tahun terakhir, isu ini semakin berkembang di dalam industri hiburan di Korea dan banyak ditemukan dalam beberapa drama TV. Hal ini seperti terlihat dalam karakter Jeremy yang menduga Mi-Nyu sebagai lelaki dan ia tetap menyukainya.

Selain itu, seperti yang telah disebutkan dalam bab 1, bahwa drama ini memiliki kemiripan dengan film Hollywood yang berjudul *She's the Man* dan juga drama kemiripan tema dengan beberapa drama Korea lainnya, seperti *Coffee Prince* dan *Sungkyukwan Scandal*. Ketiga judul tersebut menceritakan tentang seorang perempuan yang menyamar sebagai laki-laki. Dalam hal ini, saran untuk penelitian selanjutnya adalah membahas isu homoseksualitas yang terdapat dalam drama yang menjadi obyek penelitian ini. Hal ini dialami oleh salah satu tokohnya, yakni Jeremy di mana ia sempat mempertanyakan orientasi seksualnya. Saran selanjutnya adalah dengan mengaplikasikan aspek yang sama untuk penelitian selanjutnya yang dapat diteliti dalam ketiga judul film dan drama TV yang telah disebutkan di atas. Beberapa judul drama yang telah disebutkan di atas menceritakan marginalisasi yang dialami oleh para tokoh-tokoh perempuannya baik pada masa kerajaan maupun pada saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

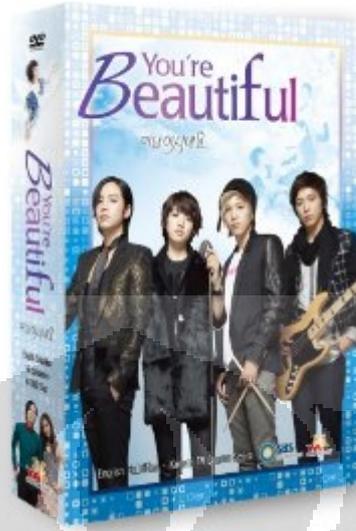
- Atmowiloto, Arswendo. *Tempenovela*. 15 September 2003. Diakses 18 April 2011. <<http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/2003/09/15/LYR/mbm.20030915.LYR90266.id.html>>
- Anwar, Ratih Pratiwi. "Menengok Sinetron Negeri Gingseng." 01 September 2005. Diakses 15 Oktober 2010. <<http://tribhuanadevi.blogspot.com/2005/09/menengok-sinetron-negeri-gingseng.html>>
- Barker, Chris. *Cultural Studies: Practice and Theory*. London: Sage Publications Ltd, 2000.
- Barthes, Roland. *Mythologies*. Jonathan Cape (Terj.). New York: The Noonday Press, 1991.
- Bennett, Andy. *Culture and Everyday Life*. London: Sage, 2005.
- Beynon, John. *Masculinities and Cultures*. Buckingham, UK: Open University Press, 2002.
- Cagle, Robert L. "Bae Yong-joon: The Image of Korea." *Korean Wave*. Ed. The Korea Herald. Korea: Jimoondang, 2008. 256-266.
- Cai, Jian. "China's First Taste of the Korean Wave." *Korean Wave*. Ed. The Korea Herald. Korea: Jimoondang, 2008. 100-108.
- Chua, Beng-Huat dan Koichi Iwabuchi (editor). *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*. Hong Kong : Hong Kong University Press, 2008.
- Cho, Haejoang. "Male Dominance and Mother Power: The Two Sides of Confucian Patriarchy in Korea." *Confucianism and the Family*. Ed. Walter H. Slote dan George A. De Vos. New York: State University of New York Press, 1998. 187-208.
- Connel, R.W. dan Raewyn Connel. *The Men and the Boys*. California: Allen & Unwin, 2000.
- Daegu National Museum. *Seonbi Culture of the Yeongnam Province*. 2006. Diakses 21 Mei 2011. <[http://daegu.museum.go.kr/english/body\\_02/body\\_02\\_3\\_01.htm](http://daegu.museum.go.kr/english/body_02/body_02_3_01.htm)>
- Feasey, Rebecca. *Masculinity and Popular Television*. Edinburgh, UK: Edinburgh University Press. 2008

- Fu, Kelly dan Liew Kai Khiun. "Pop Culture Bridges Korea and Singapore." *Korean Wave*. Ed. The Korea Herald. Korea: Jimoondang, 2008. 91-99.
- Giles, Judy dan Tim Middleton. *Studying Culture: a Practical Introduction*. Oxford & Massachusetts: Blackwell Publishers, 1999.
- Gove, Jennifer dan Stuart Watt. "Identity and Gender." *Questioning Identity: Gender, Class, Ethnicity*. Ed. Kath Woodward. London & New York: Routledge/The Open University, 2004. 43-77.
- Hall, Stuart. "The Work of Representation." *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Ed. Stuart Hall. London: Sage/The Open University, 1997. 13-74.
- Heryanto, Ariel. "Pop Culture and Competing Identities." *Popular Culture in Indonesia: Fluid Identities in Post-authoritarian Politics*. Ed. Ariel Heryanto. New York: Routledge, 2008.
- Hoed, Benny H. *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu, 2011.
- Howard, Keith. "Exploding Ballads: The Transformation of Korean Pop Music." *Global Goes Local: Popular Culture in Asia*. Ed. Timothy J. Craig dan Richard King. Canada: UBC Press, 2002. 80-95.
- Iwabuchi, Koichi. *Feeling Asian Modernities: Transnational Consumption of Japanese TV Dramas*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2004.
- Japan Echo Inc. (ed). *Breaking the Ice: South Korea Lifts Ban on Japanese Culture*. 7 Desember 1998. Diakses 15 April 2011. <<http://webjapan.org/trends98/honbun/ntj981207.html>>
- Jung, Eun-Young. "Articulating Korean Youth Culture through Global Popuar Music Styles: Seo Taiji's Use of Rap and Metal." *Korean Pop Music: Riding the Wave*. Ed. Keith Howard. Kent, UK: Global Oriental, 2006. 109-122.
- Jung, Sun. *Korean Masculinities and Transcultural Consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-Pop Idols*. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2011.
- Kitley, Philip. *Television, Nation, and Culture in Indonesia*. Ohio: Ohio University Press, 2000.
- Koh, Byong-Ik. "Confucianism in Contemporary Korea". *Confucian Traditions in East Asian Modernity: Moral Education and Economic Culture in Japan and the Four Mini-dragons*. Ed. Tu Wei-ming. USA: American Academy of Arts and Sciences, 1996. 191-201.
- Larsen, Tom. "Whetting U.S. Appetite for Korean TV Dramas." *Korean Wave*. Ed. The Korea Herald. Korea: Jimoondang, 2008. 139-153.

- Li, Jing. "Negotiating Masculinity and Male Gender Roles in Korean TV Drama: A Textual Analysis of *My Lovely Sam-Soon* and *Full House*." Ohio University, 06 Agustus 2008. Diakses 06 April 2011. <[http://www.allacademic.com/meta/p271953\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p271953_index.html)>
- Lii, Ding-Tzann. "A Colonized Empire: Reflections on the Expansion of Hong Kong Films in Asian Countries." *Trajectories: Inter-Asia Cultural Studies*. Ed. Chen Kuan-Hsing. London: Routledge, 1998. 122-141.
- Mariani, Eva. "Delicious Boys Lead Hallyu in Indonesia." *Korean Wave*. Ed. The Korea Herald. Korea: Jimoondang, 2008. 59-66.
- Matsuda, Masako dan Nozomi Higashi. "Popular Culture Transcending National Borders and Genres in East Asia". *Journal of Enviromental Studies*, Nagasaki University, Vol.9, No.1 (2006): 15-22.
- Moon, Seung-Sook. "The Production and Subversion of Hegemonic Masculinity: Reconfiguring Gender Hierarchy in Contemporary South Korea." *Under Construction: The Gendering of Modernity, Class, and Consumption in the Republic of Korea*. Ed. Laurel Kendall. Honolulu: University of Hawai'i Press, 2002. 79-114.
- Mopilin, Vera. "Malaysia's Love Affair with Korean TV Dramas". *Korean Wave*. Ed. The Korea Herald. Korea: Jimoondang, 2008. 76-82.
- Mori, Yoshitaka. "Winter Sonata and Cultural Practices of Active Fans in Japan: Considering Middle-Aged Women as Cultural Agents." *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*. Ed. Chua Beng-Huat dan Koichi Iwabuchi. Hong Kong : Hong Kong University Press, 2008. 127-141.
- Morikawa, Kathleen. "Korean Dramas Carve a Niche in Japan." *Korean Wave*. Ed. The Korea Herald. Korea: Jimoondang, 2008. 83-90.
- Nixon, Sean. "Exhibiting Masculinity." *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Ed. Stuart Hall. London: Sage/The Open University, 1997. 291-336.
- Nugroho, Garin. *Demokratisasi TVRI: Saatnya di Bawah Wewenang DPR/MPR*. 1 November 1999. Diakses 14 Oktober 2010. <<http://www.hamline.edu/apakabar/basis data/1999/10/31/0029.html>>
- Park, Won. *Traditional Korean Thought*. Incheon, Korea: Inha University Press, 2006
- Pecora, Norma. "The Changing Face of Childeren's Television". Thinking *Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*. Ed. Gary R. Edgerton dan Brian Rose. Kentucky: The University Press of Kentucky, 2005. 91-110
- Pongvutitham, Achara. "Thailand's Teen Troops Welcome K-pop Idols." *Korean Wave*. Ed. The Korea Herald. Korea: Jimoondang, 2008. 41-49.

- Sen, Krishna dan David T. Hill. *Media Culture and Politics in Indonesia*. Jakarta: Equinox Publishing, 2007.
- Shim, Doobo. "The Growth of Korean Cultural Industries and the Korean Wave." *East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave*. Ed. Chua Beng-Huat dan Koichi Iwabuchi. Hong Kong : Hong Kong University Press, 2008. 15-32.
- Sparks, Colin. "Cultural Studies and Marxism." *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. Ed. David Morley dan Chen Kuan-Hsing. London : Routledge, 1996. 71-102.
- Storey, John. *Cultural Studies and the Studies of Popular Culture*. 2<sup>nd</sup> ed. Georgia, USA: The University of Georgia Press, 2003.
- . *Cultural Theory and Popular Culture*. 3<sup>rd</sup> ed. Essex, England: Pearson Education Limited, 2001.
- Sung, Sang-Yeon. *The High Tide of the Korean Wave III: Why do Asian fans prefer Korean pop culture?* 4 Februari 2008. Diakses 10 Oktober 2010. <<http://www.asiamedia.ucla.edu/article.asp?parentid=86640>>
- Taga, Futoshi. "East Asian Masculinities." *Handbook of Studies on Men & Masculinities*. Ed. Michael S. Kimmel, Jeff Hearn, dan R.W. Connel. California, USA: Sage, 2005. 129-140.
- Williams, Raymond. *Television: Technology and Cultural Form*. London: Routledge, 1990.
- Willoughby, Heather A. "Image is Everything: The Marketing of Femininity in South Korean Popular Music." *Korean Pop Music: Riding the Wave*. Ed. Keith Howard. Kent, UK: Global Oriental, 2006. 99-108.
- Woodward, Kath. Questions of Identity. *Questioning Identity: Gender, Class, Ethnicity*. Ed. Kath Woodward. London & New York: Routledge/The Open University, 2004. 5-41.
- Woodward, Kathryn. "Concepts of Identity and Difference." *Identity and Difference*. Ed. Kathryn Woodward. London: Sage/The Open University, 1997. 7-61.
- Youna, Kim. "The Rising East Asian 'Wave': Korean Media Go Global." Ed. Daya Kishan Thussu. *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow*. Oxon: Routledge, 2007. 121-135.

## Lampiran A – Data Drama TV



- Judul : *You're Beautiful*
- Sutradara : Hong Sung-Chang
- Penulis Skenario : Hong Jung-Eun, Hong Mi-Ran
- Stasiun TV : SBS Korea
- Tahun Rilis : 2009
- Artis : Jang Geun-Seuk, Lee Hong-Ki, Jung Yong-Hwa, Park Shin-Hye
- Penghargaan : *Netizen Popularity Award (SBS Drama Awards 2009)*  
*Top Ten Stars Award (SBS Drama Awards 2009)*
- Jumlah episode : 16
- Sinopsis : Salah satu grup musik K-pop, AN.Jell, yang terdiri dari Tae-Kyung, Shin-Woo, Jeremy yang digemari di Korea menambah satu lagi anggota barunya, yakni Mi-Nam. Hanya saja penggemarnya tidak tahu jika Mi-Nam ternyata seorang perempuan, bukan laki-laki seperti apa yang mereka kira selama ini.

## Lampiran B - Sinopsis

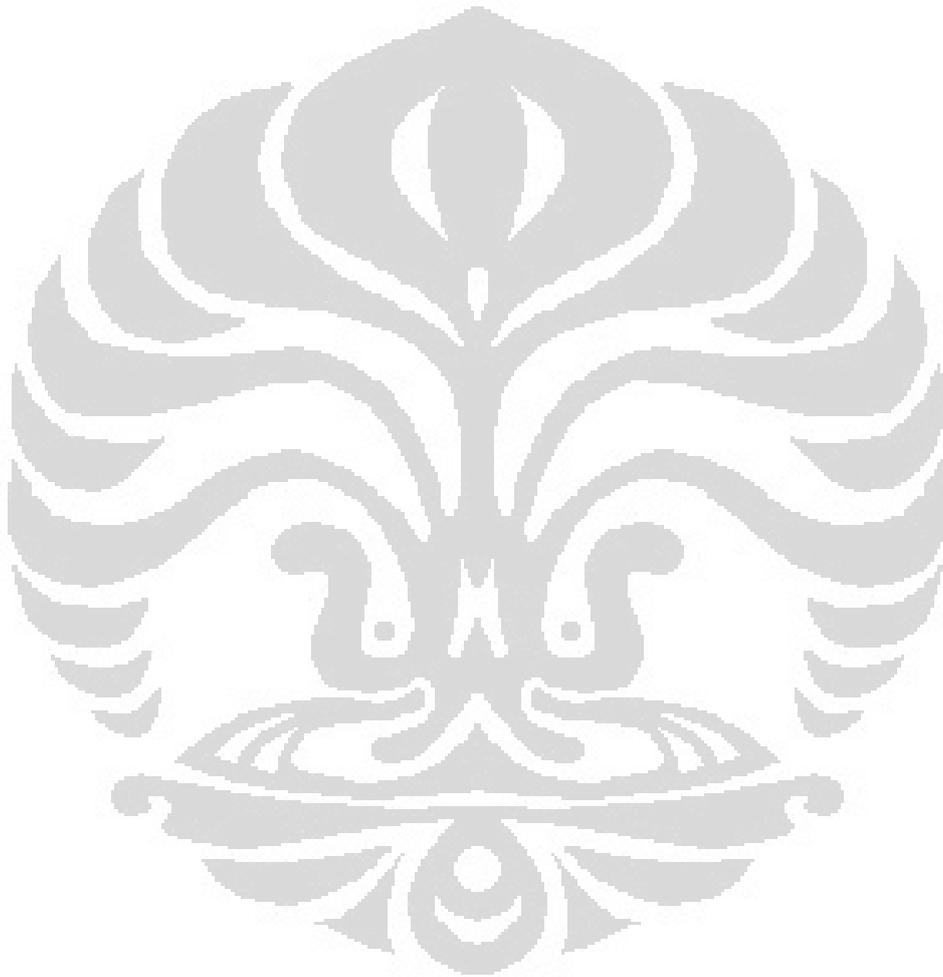
Drama TV *You're Beautiful* berlatar waktu 2009, yang mengisahkan tentang satu kelompok musik idola Korea yang bernama A.N.Jell. Kelompok musik ini terdiri dari tiga anggota pria, yakni Hwang Tae-Kyung (vokalis, gitar), Kang Shin-Woo (bass), dan Jeremy (drum). Tae-Kyung disarankan oleh dokter mereka agar beristirahat dan lebih berhati-hati dengan suaranya. Agar grup musik ini dapat berjalan, perusahaan label yang menaungi A.N.Jell merekrut orang lain untuk dijadikan vokalis kedua. Pilihan dijatuhkan pada Go Mi-Nam yang memiliki suara bagai malaikat.

Sayangnya, Mi-Nam harus dirawat di sebuah rumah sakit di Amerika sehingga ia tidak dapat menandatangani kontrak untuk bergabung dengan grup musik tersebut. Kesempatan sekali seumur hidup ini tidak dilewatkan begitu saja oleh manajer Mi-Nam yang mengetahui bahwa ia memiliki seorang saudara kembar identik. Saudara kembar Mi-Nam adalah seorang perempuan calon biarawati yang bernama Go Mi-Nyu. Karena kemiripannya, sang manajer meminta Mi-Nyu untuk menyamar sebagai Mi-Nam.

Awalnya Mi-Nyu menolak tawaran itu karena ia khawatir bahwa mereka sedang melakukan penipuan. Tetapi setelah dibujuk oleh manajer bahwa ini adalah satu-satunya cara untuk mencari ibu mereka yang tidak pernah mereka ketahui keberadaannya, Mi-Nyu akhirnya menerima tawaran tersebut. Sama halnya dengan film *She's the Man*, didalam drama TV ini Mi-Nyu harus berpura-pura sebagai laki-laki. Untuk itu ia memotong rambutnya yang panjang, berpakaian seperti laki-laki, dan bertindak serta bertutur layaknya seorang lelaki. Grup band A.N.Jell ini diceritakan tinggal satu rumah agar memudahkan aktifitas mereka. Sebagai salah satu anggotanya Mi-Nyu diwajibkan tinggal di rumah yang diisi oleh ketiga anggota band lainnya yang semuanya adalah laki-laki.

Isu-isu menarik terjadi dalam drama ini. Seperti bagaimana Mi-Nyu harus berperan dan bersikap sebagai laki-laki yang maskulin, padahal ia sendiri adalah seorang perempuan yang akan menjadi biarawati. Ketiga anggota lainnya menaruh kecurigaan atas gerak-gerik dan perkataan-perkataan Mi-Nyu yang lebih mirip perempuan dibandingkan laki-laki.

Di dalam drama *You're Beautiful*, ketiga tokoh pria ini memiliki karakter yang berbeda. Tae-Kyung misalnya, digambarkan sebagai pria yang cenderung dingin, suka berkata kasar, tetapi juga lembut. Shin-Woo memiliki sifat sebaliknya, lebih mirip karakter BYJ yang lembut dan sensitif. Sedangkan Jeremy memiliki karakter lucu dan periang.



Lampiran C – Karakter dalam Drama TV *You're Beautiful*



Gambar Sampul drama TV *You're Beautiful*



Citra awal Mi-Nyu sebagai calon biarawati



Mi-Nyu sebagai Mi-Nam dalam penampilan yang maskulin



Dari kiri ke kanan, anggota A.N.Jell: Tae-Kyung, Shin-Woo, Jeremy



Yoo He-Yi, bintang idola yang lebih mementingkan pencitraan diri

## Lampiran D – Scene dan dialog yang digunakan dalam analisis data tekstual

### Data Episode 1: Operasi Plastik



### Data Episode 1: Trend pria tampan-cantik





### Data Episode 13: Mempertahankan popularitas





Data Episode 15: *Korean Wave*



Data Episode 15: Fans lebih menyukai Mi-Nam yang asli



Data Episode 15: Kesibukan A.N.Jell setelah kedatangan Mi-Nam yang asli



