



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN -PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Framing dalam Drama Televisi ‘My ID is Gangnam
Beauty’ mengenai Konstruksi Sosial Gender di
Masyarakat Korea Selatan**

Skripsi

Oleh

Adelaide Talia

2017330096

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN -PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

**Framing dalam Drama Televisi ‘My ID is Gangnam
Beauty’ mengenai Konstruksi Sosial Gender di
Masyarakat Korea Selatan**

Skripsi

Oleh

Adelaide Talia

2017330096

Pembimbing

Elisabeth Adyiningtyas Satya Dewi, S.IP, M.A, Ph.D

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Jurusan Hubungan Internasional
 Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Adelaide Talia
 NPM : 2017330096
 Judul : Framing dalam Drama Televisi 'My ID is Gangnam Beauty'
 mengenai Konstruksi Sosial Gender di Korea Selatan

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
 Pada *Rabu, 14 Juli 2021*
 Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Sylvia Yazid, S.IP., MPPM., Ph.D.

: 

Sekretaris

Elisabeth Adyiningtyas Satya Dewi, Ph.D

: 

Anggota

Jessica Martha, S.IP., M.I.Pol.

: 

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelaide Talia

NPM : 2017330096

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Framing dalam Drama Televisi ‘My ID is Gangnam Beauty’
mengenai Konstruksi Sosial Gender di Korea Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa rancangan penelitian ini merupakan hasil karya tulisan ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 30 Juni 2020



Adelaide Talia

2017330096

ABSTRAK

Nama : Adelaide Talia
NPM : 2017330096
Judul : Framing dalam Drama Televisi "My ID is Gangnam Beauty" mengenai Konstruksi Sosial Gender di Masyarakat Korea Selatan

Korea Selatan merupakan salah satu negara yang telah tergolong sebagai negara maju, akan tetapi, dalam perkembangan ekonominya, Korea Selatan merupakan negara yang memiliki tingkat ketidaksetaraan gender yang tinggi. Perempuan yang dilibatkan dalam pembangunan negara masih mengalami berbagai tekanan akibat jenis kelaminnya sebagai seorang perempuan. Fenomena ketidaksetaraan gender ini berakar dari adanya budaya patriarki yang menunjukkan bahwa terdapat konstruksi sosial gender di tengah masyarakat Korea Selatan. Konstruksi sosial gender tersebut antara lain ditunjukkan melalui *framing* yang dilakukan oleh media massa. Drama televisi merupakan salah satu produk ekspor dari industri hiburan Korea Selatan. Drama televisi berjudul "My ID is Gangnam Beauty" merupakan drama Korea Selatan yang diangkat dari komik populer yang rilis pada tahun 2018. Cerita pada drama tersebut menunjukkan mengenai berbagai konstruksi sosial gender yang menjadi cerminan dari norma sosial dan standar ganda yang berada di tengah masyarakat Korea Selatan. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah apa *framing* drama televisi 'My ID is Gangnam Beauty' dalam menampilkan konstruksi sosial gender di tengah masyarakat Korea Selatan pada tahun 2018 - 2020. Teori yang digunakan adalah feminisme liberal dengan konsep konstruksi sosial gender dari Cynthia Enloe yang digabungkan dengan teori media sebagai aktor komunikasi massa dengan konsep media *framing*. Dengan menggunakan metode analisis interpretatif, hasil akhir penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua *framing* yang ditunjukkan oleh drama televisi "My ID is Gangnam Beauty"; yang pertama memperlihatkan mengenai konstruksi sosial gender, sedangkan yang kedua memperlihatkan penentangan terhadap konstruksi sosial gender tersebut. Konstruksi sosial gender merupakan fenomena dalam masyarakat yang mempengaruhi hingga level individu sehingga pada akhirnya generasi muda melakukan dekonstruksi terhadap norma sosial dan standar mengenai gender. Maka dari itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa konstruksi sosial gender merupakan salah satu faktor penghalang dalam isu kesenjangan gender dan dilakukannya dekonstruksi adalah salah satu langkah yang berupaya untuk mengurangi kesenjangan gender di Korea Selatan.

Kata Kunci: Korea Selatan, kesenjangan gender, konstruksi sosial gender, drama "My ID is Gangnam Beauty", *framing*

ABSTRACT

Name : Adelaide Talia
NPM : 2017330096
Title : Framing in Television Drama "My ID is Gangnam Beauty" about Social Construction of Gender in South Korean Society

South Korea is one of the countries that has been classified as a developed country, however, in its economic development, South Korea is a country that has a high level of gender inequality. Women who are involved in state development still experience various pressures due to their gender as a woman. The phenomenon of gender inequality is rooted in the existence of a patriarchal culture which shows that there is a social construction of gender in South Korean society. The social construction of gender is shown, among others, through framing carried out by the mass media. Television drama is one of the export products of the South Korean entertainment industry. The television drama titled "My ID is Gangnam Beauty" is a South Korean drama based on a popular comic released in 2018. The story in the drama shows various gender social constructions that are a reflection of social norms and double standards that exist in South Korea's society. The research question posed is what is the framing of the television drama 'My ID is Gangnam Beauty' in displaying social construction of gender in South Korean society in 2018 - 2020. The theory used is liberal feminism with the concept of social construction of gender from Cynthia Enloe combined with the theory of media as actors of mass communication with the concept of media framing. By using a semiotic analysis method, the final result of the research shows that there are two framings shown by the television drama "My ID is Gangnam Beauty"; the first shows the social construction of gender, while the second shows the opposition to the social construction of gender. Gender social construction is a phenomenon in society that affects up to the individual level so that in the end the younger generation deconstructs social norms and standards regarding gender. Therefore, this study concludes that the social construction of gender is one of the barrier factors in the issue of gender inequality and deconstruction is one of the steps that seeks to reduce the gender gap in South Korea.

Keywords: South Korea, gender gap, social construction of social gender, drama "My ID is Gangnam Beauty", *framing*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaannya dalam menulis skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Framing dalam Drama Televisi "My ID is Gangnam Beauty" mengenai Konstruksi Sosial Gender di Masyarakat Korea Selatan” dibuat dengan tujuan untuk memahami fenomena konstruksi sosial gender dan dampaknya pada masyarakat serta untuk memenuhi syarat ujian akhir jenjang Sarjana Program Studi Ilmu Hubungan Internasional di Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam karya tulis ini, maka dari itu penulis terbuka akan segala kritik dan saran membangun yang disampaikan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya. Penulis memohon maaf apabila ada salah kata.

Penulis berterima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses pembelajaran penulis di Universitas Katolik Parahyangan. Secara khusus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah berkontribusi selama 1.5 tahun pengerjaan skripsi ini dari semester 6 hingga semester 8 yaitu:

1. Kepada Tuhan YME, berkat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Kepada kedua orang tua saya, Edo Lazanda dan Nadia Lusuardi, yang telah membiayai serta mendukung keberhasilan studi saya.
3. Kepada dosen pembimbing saya, Elisabeth Adyiningtyas Satya Dewi, S.IP, M.A, Ph.D aka Mbak Nophie. Tanpa beliau skripsi ini tidak akan menjadi naskah akademik yang layak dan memadai.
4. Kepada dosen pembimbing saya sebelumnya, Ratih Indraswari, S.IP, M.A karena telah sangat banyak membantu saya dalam membuat fondasi karya tulis ilmiah ini.
5. Kepada teman seperjuangan skripsi saya, Hellen Cania. Terima kasih karena telah menyediakan diri untuk mendengarkan cerita dan keluhan saya mengenai skripsi ini.

6. Kepada teman saya, Elsa Auriella. Terima kasih karena telah membantu menjadi penyemangat yang mendorong saya untuk percaya diri dengan tulisan saya.
7. Kepada teman 1234 saya, Chikita Wulandari, Felicia Rosaline, dan Lady Zaenab Miftadi. Terima kasih karena telah menjawab pertanyaan-pertanyaan saya mengenai teknis skripsi dan memberikan semangat serta penguatan kepada saya.
8. Kepada teman-teman seperjuangan praktik diplomasi: Christina Shavira, Yeremia Rey, Dhant Bargen Tola, Abigail Irene, serta Agnes Stevani. Terima kasih karena telah bersama menjalani prakdip dengan saya hingga akhir.
9. Kepada Yohanes Jhouma, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan untuk meninjau skripsi saya.
10. Kepada Carissa Talia, Dante Everest, Jennifer Adelia Latif, dan Alita Gevanya Rorek, terima kasih telah menemani hidup saya selama pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada anjing-anjing peliharaan saya, Russell dan Akela, terima kasih karena telah menjadi *moodbooster* sekaligus pendistraksi saya selama mengerjakan skripsi ini.
12. Kepada Tsana Laudza, terima kasih telah menjadi teman tempat saya berbagi segala kebingungan mengenai hidup.
13. Kepada Andreas Siswandi, terima kasih telah selalu menjadi pendukung utama dan terbesar saya yang tidak henti-hentinya menemani dari awal hingga akhir pengerjaan skripsi ini. Tanpa Anda, saya tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Terakhir, kepada Grace Tanuwijaya, terima kasih karena pernah hadir di dunia ini. Saya menulis ini untuk kamu, semoga kamu bangga melihat saya dari sana.

Bandung, 30 Juni 2021

Adelaide Talia

DAFTAR ISI

i	ABSTRAK	iii
	ABSTRACT	iv
	KATA PENGANTAR	v
	DAFTAR ISI	Error! Bookmark not defined.
	BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Identifikasi Masalah	5
1.2.1	Deskripsi Masalah	5
1.2.2	Pembatasan Masalah	9
1.2.3	Perumusan Masalah	10
1.3	Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1	Tujuan Penelitian	10
1.3.2	Kegunaan Penelitian	10
1.4	Tinjauan Literatur	11
1.5	Kerangka Teori	17
1.6	Metode Penelitian & Teknik Pengumpulan Data	23
1.6.1	Metode Penelitian	23
1.6.2	Teknik Pengumpulan Data	24
1.7	Sistematika Pembahasan	24
	BAB 2 HUBUNGAN MEDIA MASSA DENGAN KESENJANGAN GENDER DI KOREA SELATAN	27
2.1	Permasalahan Kesenjangan Gender yang Terjadi di Korea Selatan	29

2.2 Konstruksi Sosial Gender yang Berada di Tengah Masyarakat Korea Selatan	36
2.3 Implikasi Hegemoni Maskulinitas dalam Media terhadap Citra Diri dan Identitas Gender Perempuan	44
2.4 Framing yang Dilakukan oleh Media Massa di Korea Selatan terhadap Konstruksi Sosial Gender	48
2.4.1 Framing yang dilakukan Media Massa Korea Selatan mengenai Operasi Plastik	51
2.4.2 Framing yang dilakukan Media Massa Korea Selatan mengenai Objektifikasi Seksualitas Selebritis	54
2.4.3 Framing yang dilakukan Media Massa Korea Selatan mengenai Konstruksi Sosial Gender terhadap Peran Ibu	59
2.4.4. Framing yang dilakukan Media Massa Korea Selatan mengenai Kekerasan Gender berdasarkan Relasi Kuasa (Pelecehan Seksual dan KDRT)	61
2.4.5 Framing yang dilakukan Media Massa Korea Selatan mengenai Penentangan terhadap Maskulinitas Tradisional	64
BAB 3 ANALISIS TERHADAP KONSTRUKSI SOSIAL GENDER YANG TERJADI DI KOREA SELATAN MELALUI DRAMA TELEVISI 'MY ID IS GANGNAM BEAUTY'	68
3.1 Sinopsis dan Pengenalan Tokoh Drama Televisi 'My ID is Gangnam Beauty'	70
3.2 Framing dalam Drama Televisi 'My ID is Gangnam Beauty' yang Menunjukkan Konstruksi Sosial Gender di Korea Selatan	72
3.2.1 Adegan-Adegan yang Menunjukkan Operasi Plastik sebagai Akibat dari Tekanan Sosial	74
3.2.2 Adegan-Adegan yang Menunjukkan Perbedaan Perlakuan karena <i>Beauty Privilege</i>	77

3.2.3 Adegan-Adegan yang Menunjukkan Objektivikasi dari Perempuan Cantik	78
3.2.4 Adegan-Adegan yang Menunjukkan Kekerasan Berbasis Gender Akibat Budaya Patriarki	80
3.2.4.1 Adegan yang Menunjukkan Pelecehan Seksual secara Verbal	81
3.2.4.2 Adegan yang Menunjukkan Kekerasan Akibat Adanya Relasi Kuasa	81
3.2.4.3 Adegan yang Menunjukkan Penguntitan (Stalking)	82
3.2.4.4 Adegan-Adegan yang Menunjukkan Kekerasan Dalam Rumah Tangga	84
3.2.5 Adegan-Adegan yang Menunjukkan Pengaruh <i>Male Gaze</i>	86
3.3 Framing yang Menunjukkan Penentangan terhadap Konstruksi Sosial Gender yang Berada di Tengah Masyarakat Korea Selatan	89
3.3.1 Framing yang Menunjukkan Penentangan Perempuan terhadap Konstruksi Sosial Gender yang Berada di Tengah Masyarakat Korea Selatan	89
3.3.2 Adegan-Adegan yang Menunjukkan Penentangan terhadap Maskulinitas	94
3.4 Penentangan terhadap Konstruksi Sosial Gender dalam Drama Televisi “My ID is Gangnam Beauty”	98
BAB IV KESIMPULAN	103
DAFTAR PUSTAKA	106

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan data *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), rata-rata global untuk tingkat partisipasi tenaga kerja perempuan berada di angka 52.5%. Di negara Korea Selatan, angka tingkat partisipasi tenaga kerja perempuan pada tahun 2018 berada di angka 52.9%, sedikit lebih tinggi daripada rata-rata global.¹ Namun perempuan di Korea lebih sering diterima untuk bekerja di bidang jasa daripada posisi yang lebih strategis. Perempuan yang bekerja sebagai legislator, pejabat senior dan manajer menempati peringkat 133 dengan indeks 0,141; lebih rendah daripada rata-rata global untuk perempuan yang sebesar 0,324. Sedangkan pekerjaan profesional dan pekerja teknis menempati ranking 86 dengan skor 0.927; lebih tinggi dibandingkan rata-rata global yang sebesar 0.753.²

Salah satu bidang pekerjaan jasa adalah industri hiburan. Industri hiburan Korea Selatan merupakan fenomena yang mendunia.³ Produk dari industri hiburan Korea Selatan sangat beragam, mulai dari media musik, film, drama televisi, hingga *webtoon*. *Webtoon* merupakan sarana hiburan baru yang populer di Korea Selatan berupa komik berwarna yang dapat diakses melalui platform aplikasi

¹ Social Protection and Well Being, Gender Employment. Organization for Economic Co-operation and Development. Diakses 23 Januari 2020.
<https://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=54741>

² World Economic Forum. The Global Gender Gap Report. 2018.
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf

³ Sofia Trisni, Rika Isnarti, Anita Afriani & Ferdian. "Pencapaian Kepentingan Korea Selatan melalui Diplomasi Publik Korean Wave." *Global & Strategis*, Th. 12, No. 2. hlm 131.

dengan menggunakan internet. *Webtoon* merupakan media yang cukup menampilkan keadaan sosial di Korea dalam bentuk cerita dan gambar. Salah satu *webtoon* yang diadaptasi menjadi drama televisi adalah "My ID is Gangnam Beauty". *Gangnam Beauty* adalah julukan masyarakat Korea Selatan bagi perempuan yang banyak melakukan operasi plastik, istilah ini merujuk kepada daerah Gangnam di Korea Selatan, sebuah tempat yang terkenal dengan keberadaan klinik operasi plastik.⁴

Korea Selatan merupakan negara yang menetapkan bahwa kecantikan ideal adalah wajah yang memiliki kualitas estetik yang tinggi.⁵ Kulit putih, halus, bersih, rambut ikal berkilau panjang, mata yang besar, hidung yang mancung, tulang pipi yang tinggi, dagu yang lancip, bibir yang penuh, dada yang besar, perut yang kurus, pinggang yang ramping, dan kaki yang jenjang merupakan hal-hal yang termasuk dalam kriteria standar kecantikan Korea Selatan. Fitur yang menjadi standar kecantikan ini tercermin dari para aktris yang membintangi drama televisi dan perfilman Korea Selatan.

Kosmetik asal Korea Selatan telah menjadi suatu komoditas yang bersifat *high demand* yang terbukti dengan pendapatan dari pasar kecantikan dan perawatan diri yang mencapai US\$ 10.871.000 pada tahun 2018.⁶ Angka yang

⁴ Esti Ristia Widiyarti, Rani Aprilyani. "AN APPRAISAL ANALYSIS IN 'I AM GANGNAM BEAUTY' WEBTOON SERIES." Seminar Nasional Pendidikan, FKIP UNMA 2019 "Literasi Pendidikan Karakter Berwawasan Kearifan Lokal pada Era Revolusi Industri 4.0". 8 Agustus 2019. hlm 1185.

⁵ Dara Yuliyanti Ningsih. "UPAYA INTERNATIONAL SOCIETY OF AESTHETIC PLASTIC SURGERY (ISAPS) DALAM MEMPROMOSIKAN OPERASI PLASTIK DI KOREA SELATAN." JOM FISIP Volume 4 No. 2 Oktober 2017. hlm 13.

⁶ Beauty & Personal Care South Korea Market Revenue. 2018.
<https://www.statista.com/outlook/70000000/125/beauty-personal-care/south-korea#market-revenue>

setara dengan 181.583.748.500 miliar rupiah tersebut berkontribusi sebesar 13.429.815.980 miliar Won terhadap GDP Korea Selatan tahun 2018 yang berjumlah 199.772.198.707.311 triliun Won.⁷ Data tersebut menunjukkan bahwa industri kecantikan merupakan sektor yang berkontribusi besar terhadap perekonomian Korea Selatan. Ekspor kosmetik Korea secara global mencapai angka 6.223.000 juta USD pada tahun 2018.⁸

Selain industri kecantikan, industri perfilman Korea Selatan pun merupakan industri yang bernilai sangat tinggi dalam menyokong perekonomian Korea Selatan. Pada tahun 2018 sendiri, nilai industri ekspor drama televisi Korea Selatan telah mencapai angka 241.895 juta USD.⁹ Data dari survei global Statista menyatakan industri perfilman Korea Selatan telah mencetak angka popularitas yang cukup di 35.8%, sangat populer di angka 27.2%, serta populer bagi sebagian kalangan sebesar 26.7%.¹⁰

Kecantikan juga diidentikkan dengan citra kemewahan yang memunculkan ideologi konsumerisme dan materialisme.¹¹ Kecantikan yang mencakup industri kecantikan, stigma kecantikan, serta objek kecantikan merupakan dampak yang tidak lepas dari keberadaan ideologi kapitalisme.

⁷ South Korea GDP 2018. <https://tradingeconomics.com/south-korea/gdp>

⁸ Korea Cosmetic Association. "Korea Cosmetics". 2020. <https://www.export.gov/apex/article2?id=Korea-Cosmetics>

⁹ Korea Creative Content Agency. "Viewership is not everything!: K-dramas find norm-breaking recipe for success". The Korea Times. 2020. https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2020/07/688_293337.html

¹⁰ Yasmin Waldeck. "Popularity of South Korean dramas worldwide in 2019". 2020. <https://www.statista.com/statistics/999239/south-korea-korean-drama-popularity-worldwide/>

¹¹ Zein, Laila Fariha, & Setiawan, Adib Rifqi. (2018). Women's Beauty in As If It's Your Last by BLACKPINK. *Scholaristi: Journal of Women's Studies*, 3 (1): 1-9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfrz6>

Pasalnya, kecantikan yang dianggap ideal berusaha distandarisasi oleh konstruksi nilai di masyarakat dan diwujudkan melalui penggunaan produk-produk kecantikan. Dengan demikian, kecantikan menjadi sebuah komoditas yang dihasilkan oleh kapitalisme.¹²

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Korea Selatan memanfaatkan *K-Pop Wave / Hallyu* sebagai *soft power* dan akhirnya menjadi strategi nasionalnya dalam mendapatkan keuntungan di bidang ekonomi.¹³ Kesuksesan ini tidak lepas dari dukungan pemerintah pusat terhadap pengembangan *nation branding* melalui industri hiburanannya. Hal ini menunjukkan bahwa memperbesar kekuatan suatu negara dapat dilakukan melalui cara lain yang lebih samar daripada militer dan ekonomi, misalnya pendidikan dan budaya. Industri hiburan tersebut merupakan cara halus dalam melaksanakan kepentingan nasional.

Dari data-data yang telah dipaparkan di atas, fenomena standar kecantikan yang dibentuk oleh Korea Selatan tidak hanya terbatas pada kepentingan nasionalnya untuk melakukan diplomasi publik sebagai *soft power*, melainkan juga agar tercipta ketergantungan masyarakat pada industri kecantikan Korea Selatan. Sehingga *hard power* Korea Selatan secara ekonomi terbantu melalui berbagai sektor, selain melalui industri kecantikan, juga melalui industri pariwisata serta industri hiburan.

¹² Titi Nur Vidyarini, Representasi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik The Face Shop. Jurnal Ilmiah SCRIPTURA. Vol. 1 No.2. 2007. Hlm 82

¹³ Ni Putu Elvina Suryani. KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER UNTUK MEMPEROLEH KEUNTUNGAN EKONOMI KOREA SELATAN. GLOBAL Vol. 16 No. 1. 2014. global.ir.fisip.ui.ac.id/index.php/global/article/download/2F8%2F210&usg=AOvVaw0e3yEGaZLE5IIEnZfQ1JWX

Kecantikan perempuan yang sangat digencarkan oleh media sebagai usaha untuk menjual berbagai produk industri kecantikan Korea Selatan membuat kecantikan ditampilkan oleh media massa sebagai suatu komoditas yang memiliki nilai jual. Efeknya dapat menjadi dua hal: yang positif, industri kecantikan semakin berkembang dan perempuan semakin giat dalam mencari uang agar dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Negatifnya, dalam proses mempromosikan nilai mengenai kecantikan tersebut kepada khalayak ramai, dapat timbul miskonsepsi yang keliru. Terbentuknya standar yang sangat tinggi bagi perempuan Korea untuk tampil cantik tersebut dipasarkan menjadi tren global, yang membuat banyak perempuan yang merasa tidak percaya diri dengan diri mereka sendiri dikarenakan tuntutan masyarakat yang begitu tinggi. Isu inilah yang melatarbelakangi masalah yang hendak dibahas dalam penelitian ini, yaitu *framing* media massa dalam menampilkan konstruksi sosial gender yang dialami oleh perempuan Korea Selatan memiliki hubungan dengan tingginya kesenjangan gender.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Deskripsi Masalah

Menurut laporan World Economic Forum pada tahun 2021 mengenai Global Gender Gap, Korea menempati urutan ke 102 dari 156 negara dalam ketidaksetaraan gender.¹⁴ Dari skala 0 sampai 1, skor Korea Selatan adalah 0.687. Angka ini naik sedikit dibandingkan tahun 2018 yang berindeks 0.657 serta

¹⁴ World Economic Forum. The Global Gender Gap Report. 2021. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf

berada sedikit di atas rata-rata global yaitu 0.677. Berdasarkan laporan yang sama, tingkat partisipasi ekonomi dan kesempatan dari perempuan Korea Selatan mencapai angka 0.586 dengan angka kesenjangan sebesar 23%. Selain itu, hanya 27% perempuan Korea Selatan yang berada pada posisi manajerial senior; yang menunjukkan bahwa terdapat fenomena “glass ceiling” yang berarti sebuah penghalang diskriminatif artifisial, tak terlihat, dan sering tidak diakui yang mencegah orang-orang yang memenuhi syarat (seperti perempuan dan minoritas) untuk naik ke posisi kepemimpinan dan kekuasaan, terutama dalam sebuah perusahaan.¹⁵ Berdasarkan data dari The Economist, Korea Selatan menempati urutan ke 29 dari 29 negara mengenai lingkungan kerja yang memperlakukan perempuan dengan adil.¹⁶

Selain daripada diskriminasi dalam bidang pekerjaan yang nyata dialami, perempuan Korea Selatan pun masih mengalami tekanan dalam bidang penampilan. Kebanyakan standar kecantikan yang dilakukan oleh industri seringkali adalah kebalikan dari apa yang sudah dimiliki oleh perempuan Korea Selatan. Seperti misalnya kulit putih, rambut coklat, mata besar, fitur-fitur tersebut bukan merupakan karakter alami yang dimiliki oleh perempuan Korea Selatan. Sebagai hasilnya, perempuan Korea Selatan seringkali ingin melakukan operasi plastik maupun proses-proses mempercantik diri yang tidak bersifat meningkatkan karakteristik alami dari apa yang sudah mereka miliki (*enhancing*), melainkan perubahan yang seringkali berkebalikan dari fitur wajah mereka.

¹⁵ Bell, Kenton, ed. 2013. “glass ceiling.” in Open Education Sociology Dictionary. Accessed July 6, 2021. <https://sociologydictionary.org/glass-ceiling/>.

¹⁶The Economist. “The Glass Ceiling Index.” 2019. <https://www.economist.com/graphic-detail/2019/03/08/the-glass-ceiling-index>

Tingkat operasi plastik di Korea Selatan pada tahun 2014 yang mencapai rasio per kapita sebesar 87 per 10.000 orang.¹⁷ Jumlah dokter bedah plastik di Korea Selatan pun mencapai 2.330 orang dan menyumbang 5% dari total 30 besar negara yang terdata oleh International Society of Aesthetic Plastic Surgeons.¹⁸ Data tersebut membuktikan bahwa standar kecantikan dikapitalisasi menjadi sebuah pasar. Korea Selatan merupakan negara yang sangat populer sebagai tujuan utama orang-orang yang ingin melakukan operasi plastik.¹⁹ Data dari International Medical Travel Journal pun menunjukkan bahwa Korea Selatan mengincar berbagai negara untuk meningkatkan pariwisata medis.²⁰

Sehingga, standar kecantikan yang dipopulerkan Korea Selatan adalah salah satu hasil dari kapitalisasi yang merupakan perpanjangan tangan dari kepentingan nasional Korea Selatan untuk menyebarluaskan *soft power* nya. Kepentingan nasional dari Korea Selatan untuk meningkatkan nilai industri kecantikannya tersebut disebarluaskan melalui media budaya populer sebagai salah satu *soft power* utama yang dimiliki oleh Korea Selatan.²¹ Terutama drama Korea Selatan yang ditambahkan teks bahasa Inggris sehingga dapat dipahami oleh masyarakat internasional. Medium drama tersebut sangat populer dan

¹⁷ Leafy Anjangi. "Korea Selatan, Surga Operasi Plastik." 17 Mei 2016.

<https://katadata.co.id/padjar/infografik/5e9a56d0d78d8/korea-selatan-surga-operasi-plastik>

¹⁸ ISAPS: INTERNATIONAL SURVEY ON AESTHETIC/COSMETIC PROCEDURES. 2018.

<https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/12/ISAPS-Global-Survey-Results-2018-new.pdf>

¹⁹ International Trade Center. MEDICAL AND WELLNESS TOURISM: LESSONS FROM ASIA. 2014.

https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Medical%20and%20wellness%20Tourism%20-%20lessons%20from%20Asia_L.pdf

²⁰ International Medical Travel Journal. "South Korea 2017 Data".

<https://www.imtj.com/country/KR/#horizontalTab5>

²¹ Ni Putu Elvina Suryani. "Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan". GLOBAL Vol. 16 No. 1 Desember 2013 – Mei 2014. Hlm 74.

dicintai oleh semua kalangan, terutama remaja. Melalui medium drama, penyebaran nilai-nilai budaya Korea Selatan dilakukan secara sukarela oleh generasi muda. Sebagai imbasnya, berbagai produk keluaran Korea mulai dari makanan, kecantikan, mode dan gaya, hingga pariwisata menjadi tren global yang diikuti oleh orang di seluruh dunia. Hal ini diperkuat oleh adanya sosial media yang meningkatkan kecepatan penyebaran nilai-nilai tersebut karena mudahnya akses informasi melalui internet.

Namun, yang luput dari perhatian adalah, konstruksi sosial gender yang merupakan buah dari nilai Konfusianisme yang dianut sebagai kultur Korea Selatan turut ditampilkan dan tersebar melalui media film.²² Salah satu media yang membahas mengenai perspektif kecantikan dalam masyarakat Korea Selatan adalah drama televisi “My ID is Gangnam Beauty”. Serial tersebut adalah demonstrasi dari fenomena yang hendak penulis bahas dalam penelitian ini, yaitu pertunjukan mengenai konstruksi sosial gender. Konstruksi sosial yang membentuk norma bersama mengenai standar kecantikan tersebut ditampilkan dalam media drama televisi ‘My ID is Gangnam Beauty’ sebagai suatu standar ganda yang seharusnya tidak dipraktikkan karena memperbesar jurang dalam kesenjangan gender tidak hanya dalam lingkup negara Korea Selatan, melainkan juga terdapat nilai-nilai yang diadopsi oleh warga negara lain.

Maka dari itu, tampak bahwa terdapat hegemoni maskulinitas dalam pembentukan konstruksi sosial gender yang mempengaruhi opini publik. Dalam kasus ini, penulis merasa bahwa gabungan dari politik media yang mempengaruhi

²² Hennida, Citra; et al. "Budaya dan Pembangunan Ekonomi di Jepang, Korea Selatan dan China." *Global & Strategis*, Th. 10, No.2. 2017. hlm 248-263.

masyarakat tersebut merupakan faktor telah mempengaruhi masyarakat secara transnasional; politik media telah merekayasa nilai mengenai konstruksi sosial gender, yang secara lebih lanjut merupakan hasil dari bias pemikiran patriarki. Sehingga politik media dalam menampilkan konstruksi sosial gender tersebut telah membuat masyarakat Korea Selatan membentuk suatu standar tertentu mengenai penampilan perempuan. Media massa yang menunjukkan konstruksi sosial gender tersebut melalui *framing* pada akhirnya menciptakan persepsi perempuan terhadap diri sendiri yang berlandaskan kesenjangan gender, sehingga media massa turut berkontribusi terhadap kesenjangan kesetaraan gender di Korea Selatan.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan pembahasan fenomena hanya difokuskan dengan melakukan analisis naratif-interpretatif terhadap konstruksi sosial gender, khususnya pada *framing* yang muncul di drama televisi “My ID is Gangnam Beauty”. Penulis memfokuskan penelitian pada jangka waktu sejak drama tersebut rilis yaitu Juli tahun 2018, sampai dengan bulan Juni tahun 2021. Pembatasan tersebut dipilih untuk melihat dinamika permasalahan yang terjadi selama tiga tahun tersebut sehingga analisis yang dilakukan berfokus pada bagaimana drama tersebut merepresentasikan situasi di dunia nyata.

1.2.3 Perumusan Masalah

Rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang diusung adalah apa *framing* drama televisi ‘My ID is Gangnam Beauty’ dalam menampilkan konstruksi sosial gender di tengah masyarakat Korea Selatan pada tahun 2018 - 2020. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis meninjau dari aspek konstruksi sosial yang ditunjukkan melalui drama televisi “My ID is Gangnam Beauty” dan menelisik bagaimana fenomena-fenomena mengenai kecantikan dan gender yang terdapat dalam drama televisi tersebut dapat menjelaskan bahwa masyarakat Korea telah mengkonstruksi gender secara sosial.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan utama untuk mengetahui framing yang dilakukan oleh drama televisi “My ID is Gangnam Beauty” mengenai konstruksi sosial gender mengenai yang berada di tengah masyarakat Korea Selatan. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk memenuhi syarat mendapat gelar Sarjana Strata 1 dari Universitas Katolik Parahyangan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini secara akademik adalah bahwa penelitian ini telah menambah wawasan penulis dalam studi hubungan internasional yang bersifat praktikal. Studi hubungan internasional tidak hanya terbatas pada pembahasan mengenai *high politics*, akan tetapi *low politics* pun dapat memperkaya khazanah dalam memahami isu kontemporer dalam hubungan internasional. Penulis berharap bahwa hasil penelitian yang berkaitan dengan studi gender dalam media

massa ini dapat dipertimbangkan untuk menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang. Selain itu bagi masyarakat awam, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat agar lebih memahami fenomena dalam konteks yang dibicarakan sebagai masukan dan informasi tambahan bagi pembacanya.

1.4 Tinjauan Literatur

Literatur pertama adalah artikel jurnal "Budaya dan Pembangunan Ekonomi di Jepang, Korea Selatan, dan Cina", oleh Citra Hennida et al.²³ Citra Hennida memulai dengan mengutip Max Weber dalam bukunya yang berjudul *the Spirit of Capitalism* yang mengatakan bahwa nilai-nilai kapitalisme yang membentuk kewirausahaan Eropa dipengaruhi oleh nilai agama Kristen Protestan. Oleh karena itu, tesis Weber adalah budaya adalah faktor pendorong beragamnya pertumbuhan ekonomi. Dalam fenomena Korea Selatan, nilai-nilai Konfusianisme khususnya memegang peran penting di dalam prinsip nasional Korea Selatan dalam mengembangkan ekonominya.

Dalam perkembangannya sebagai negara, Korea Selatan memiliki keinginan kuat untuk mengembangkan nilai-nilainya sendiri. Faktor yang mendasari hasrat ini antara lain merupakan buah dari Perang Dunia II ketika Korea Selatan menerima penjajahan yang begitu keras dari Jepang. Terjadinya proses *humiliation* atau penghinaan di Korea Selatan sebagai sebuah bangsa telah menghasilkan budaya-budaya *Han* yaitu rasa benci pada mereka yang telah menyakiti Korea.

²³ Citra Hennida et al. "Budaya dan Pembangunan Ekonomi di Jepang, Korea Selatan dan China." *Global & Strategis*, Th. 10, No.2. 2017. hlm 248-263.

Rivalitas Korea dengan Jepang dan Cina khususnya dalam bidang ekonomi menunjukkan karakteristik Korea Selatan yang individualistis sebagai pelaku sekaligus altruis di dalam sebuah bangsa. Sebagai pelaku ekonomi, Korea Selatan menganggap bahwa seluruh masyarakat negara lain merupakan pasar. Dengan persepsi Han, Korea Selatan berusaha untuk mengembangkan diferensiasi industrinya sendiri yang keluar dari pakem atau standar negara lain. Salah satu bentuk dari penciptaan budaya baru tersebut adalah hadirnya *hallyu*. Industri hiburan Korea adalah bentuk usaha Korea untuk bangkit dan melakukan pembangunan ekonomi.

Budaya Han ini juga kemudian mempengaruhi cara berpikir para perempuan. Akar persoalan perempuan merasa tertindas dengan situasi ketidaksenjangan gender dapat dijelaskan melalui cara berpikir perempuan Korea yang mempengaruhi kondisi psikisnya. Jika dianalisis secara psikologi, hal ini terjadi karena adanya ketidakpuasan terhadap penampilan fisik orang Korea. Orang Korea banyak mengalami perasaan rendah diri yang terjadi selama bertahun-tahun sejak jaman penjajahan. Penghinaan yang selalu dilakukan terhadap fisik orang Korea telah membuat mereka merasa tidak puas dengan tampilan alami mereka. Namun akibat adanya konsep yang sudah tertanam bahwa ‘cantik itu harus...’ maka Korea pun berusaha menampilkan diri sesuai dengan standar tersebut.

Sebagai dasar dalam mengejar ketertinggalan di pembangunan ekonomi, Korea Selatan menganggap bahwa penampilan merupakan senjata utama dalam menaklukkan insting dasar manusia. Oleh karenanya, Korea Selatan berusaha

untuk melakukan komodifikasi penampilan sebagai daya jual utama dalam industri hiburanya. Untuk melancarkan kekuatan *hard power* nya secara ekonomi yaitu industri kecantikan, Korea Selatan telah membentuk dan menyebarkan nilai-nilai mengenai standar kecantikan dan penampilan perempuan (*beauty standard*) yang disokong melalui promosi oleh industri hiburanya sebagai *soft power*.²⁴

Selain itu, budaya *family law* pada Korea adalah salah satu faktor yang menggerakkan seluruh energi negara untuk pembangunan. *Family law* yang mulai diresmikan tahun 1989 memberikan hak yang sama bagi laki-laki dan perempuan dalam berbagai bidang seperti rumah tangga, pekerjaan, dan pendidikan. Dalam perkembangannya, budaya ini mempengaruhi kedua sisi, yaitu sisi para agen, yaitu perempuan Korea, dapat menuntut ilmu dan bekerja secara lebih bebas. Namun, perempuan tetap diharapkan untuk lebih mempedulikan urusan domestik dibanding pasangan laki-lakinya. Kekurangan dari penelitian ini yaitu belum menyoroti perbedaan gender yang mempengaruhi proses penerimaan nilai-nilai tersebut ke dalam kehidupan sehari-hari sehingga menjadi hal yang hendak dibahas oleh penelitian penulis.

Tinjauan kedua yang penulis lakukan adalah terhadap “Korean Wave Sebagai Instrumen *Soft Power* Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan”, sebuah tesis oleh Ni Putu Elvina Suryani. Dalam tesis yang diusungnya, Suryani menggunakan dasar konsep *soft power* oleh Joseph Nye. Aktor-aktor yang terlibat dalam pembentukan *soft power* diistilahkan sebagai *referees*, yang

²⁴ Ni Putu Elvina Suryani. “Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan”. GLOBAL Vol. 16 No. 1 Desember 2013 – Mei 2014. Hlm 74.

berarti pihak yang menjadi sumber rujukan legitimasi dan *receivers*, yang merupakan target yang dituju atau sasaran. Dalam teori tersebut juga dijelaskan bahwa dalam *pop culture*, yang menjadi *referees* adalah media serta pasar (*markets*) dan *receivers*-nya adalah publik/masyarakat negara lain. Secara lebih spesifik dalam fenomena Korean Wave atau Hallyu, selain media yang membentuk tren ada juga peran pemerintah Korea Selatan sebagai *referees* yang mendukung promosi budaya populer tersebut dalam kebijakan-kebijakannya. Sedangkan *receivers* adalah publik di negara-negara Asia, Eropa, Amerika, dan Timur Tengah yang dapat menerima budaya tersebut dengan mudah karena adanya asimilasi yang baik antara Barat dan Timur dalam presentasinya.

Tesis tersebut senada dengan teori Laswell, yaitu terdapat *transmitter* dan *recipient* di dalam suatu proses komunikasi. Sisi penerimanya adalah penggemar industri hiburan Korea. Sedangkan melalui penelitian ini, terbukti bahwa pemerintah merupakan aktor yang seyogianya berperan dalam mempromosikan nilai budaya sebagai *soft power*. Beberapa faktor yang menjadi pendukung dapat menyebarnya budaya Korea secara masif adalah kebijakan pemerintah yang memberikan bantuan keuangan bagi pemasaran budaya populer Korea ke luar, nilai-nilai Konfusianisme dan modernitas yang terepresentasi dalam drama televisi dan film, kreativitas dalam proses produksi budaya dalam *Korean Wave*, serta pemanfaatan media internet dalam mempromosikan produk *K-Pop*.²⁵

Keuntungan ekonomi yang didapat Korea Selatan melalui *Korean Wave* dapat dilihat dampak secara langsungnya pada industri pariwisata serta pemasaran

²⁵ Ni Putu Elvina Suryani. "Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan". GLOBAL Vol. 16 No. 1 Desember 2013 – Mei 2014. Hlm 74. <http://global.ir.fisip.ui.ac.id/index.php/global/article/download/8/210>

produk baik produk budaya maupun produk komersial. Berdasarkan variabel data angka yang digunakan dari penelitian ini untuk menganalisis yaitu ekspor dan impor program televisi Korea Selatan, penulis mencoba mencari data terbaru dan mendapati bahwa nilai ekspor program televisi Korea Selatan telah mencapai rata-rata 1.847.717.598 juta USD selama Desember 1995 hingga 2019.²⁶

Dari data ini dapat disimpulkan bahwa nilai industri perfilman Korea Selatan tidak dapat disepelekan. Dan di dalam drama televisi tersebut telah terjadi proses *aestheticization of commodities*, yaitu proses penanaman komponen nilai estetis / keindahan pada objek material, yang kemudian digunakan sebagai alat promosi komoditas. Kekuatan dari penelitian ini adalah menggunakan teori *soft power* untuk menganalisis budaya Korea dan disajikan dalam bahasa dan bentuk tabel yang mudah dipahami. Sedangkan kelemahan dari penelitian ini adalah belum memfokuskan industri hiburan yang dikaji.

Literatur ketiga adalah artikel jurnal “Kecantikan Perempuan dalam *As If It's Your Last* Karya *BLACKPINK*” oleh Laila Fariha Zein. Dalam analisis semiotika tersebut Laila mengemukakan bahwa melalui tangkapan gambar yang sangat menyorot wajah dari jarak dekat membuat penonton hanya berfokus pada muka para penyanyi. Menurutnya, kecantikan perempuan dijadikan sebagai objek komoditas yang terlihat dari video musik yang tidak memiliki alur cerita melainkan hanya menonjolkan penampilan para personel girlband tersebut. Usaha Korea Selatan ini berkaitan erat dengan minimnya sumber daya alam yang dipunyai, sehingga mengembangkan ekonomi melalui sumber daya manusia serta

²⁶ CEIC Data. “South Korea Exports: Television”. 2019.
<https://www.ceicdata.com/en/indicator/korea/exports-television>

industri dan jasa menjadi pilihan yang ditempuh untuk menutupi kekurangan tersebut. Korea Selatan memaksimalkan ekspor produk kecantikan berupa busana maupun kosmetik. Berkaitan dengan hal tersebut, kecantikan perempuan menjadi identik dengan citra kemewahan. Terdapat ideologi konsumerisme serta materialisme yang tersimbol dari pemakaian aksesoris serta gaya baju yang menggunakan merek terkenal.²⁷

Artikel prosiding keempat adalah dari "Tubuh Perempuan Dalam Budaya K-pop Sebagai Komoditi Kapitalis" (Studi Literatur Tubuh Perempuan Sebagai Komoditi Kapitalis) karya Nurdini Tsabitul Chusna. Menurutnya, penampilan perempuan yang sedemikian rupa dalam *K-Pop* muncul untuk menyenangkan kaum laki-laki sebagai produsen dan target pasar. Perempuan dijadikan sebagai objek seksualitas dalam media.²⁸ Seksualitas laki-laki sendiri dapat dibicarakan dan diekspresikan sebagai hal yang normal dan alamiah, bahkan hal tersebut adalah standar natural yang ditampilkan dalam media. Berbeda dengan seksualitas perempuan, perempuan cenderung digambarkan sebagai makhluk yang tidak memiliki hasrat seksual dan seksualitas mereka dibentuk sedemikian rupa untuk memuaskan laki-laki. Hal ini berarti bahwa seksualitas perempuan telah dikomersilkan dalam sudut pandang laki-laki.

²⁷ Zein, Laila Fariha, & Setiawan, Adib Rifqi. (2018). "Women's Beauty in As If It's Your Last by BLACKPINK." *Scholaristi: Journal of Women's Studies*, 3 (1): 1-9.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/pfrz>

²⁸ Chusna, Nurdini Tsabitul. "Tubuh Perempuan Dalam Budaya K-pop Sebagai Komoditi Kapitalis" (Studi Literatur Tubuh Perempuan Sebagai Komoditi Kapitalis). *Proceeding Konferensi Internasional Feminisme: Identitas Intersekting, Agensi dan Politik*. 2016.
https://www.academia.edu/29505351/Tubuh_Perempuan_Dalam_Budaya_Kpop_Sebagai_Komoditi_Kapitalis_docx?auto=download

Penelitian ini melakukan analisis berdasarkan teori feminis Marxis. Selain itu, penelitian ini juga menggarisbawahi ideologi materialisme yang disematkan pada perempuan. Seolah perempuan yang layak adalah yang serba gemerlap serta dapat didandani seperti apapun sesuka hati. Tercipta situasi subordinasi di mana perempuan tidak dapat berdiri utuh sebagai perempuan, melainkan hanya menjadi 'perempuannya laki-laki'. Setiap bagian tubuhnya dipoles agar terlihat menarik bagi laki-laki, dan secara ironis, perempuan lain pun menjadi merasa begitulah seharusnya berpenampilan agar dapat dihargai dan tidak dipandang sebelah mata oleh orang lain.

Dalam literatur yang telah dikaji, peneliti memposisikan diri untuk mendukung literatur yang telah dikaji, karena setiap literatur memiliki kelebihan yaitu cara pandang yang berbeda-beda dalam membahas isu yang diangkat. Namun literatur yang digunakan belum dapat menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan oleh penulis. Karena itu diharapkan penelitian ini dapat digunakan dalam penelitian mendatang sebagai pengisi kekosongan yang belum dianalisis oleh penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu melihat bagaimana penyebaran nilai-nilai standar kecantikan tersebut melalui *Korean Wave* dalam bentuk drama televisi berusaha untuk melawan konstruksi sosial yang berada di masyarakat melalui tindakan *framing*.

1.5 Kerangka Teori

Penulis merasa pengkajian isu ini secara lebih lanjut dapat menjelaskan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kesenjangan kesetaraan gender di Korea Selatan; tidak hanya dari sisi komunikasi dan psikologis, melainkan juga dari

hubungan internasional. Esensi hubungan internasional adalah menggabungkan berbagai macam disiplin untuk menelaah fenomena yang terjadi dalam skala global. Oleh karena penekanan tersebut merupakan hal yang kontemporer dalam hubungan internasional, maka digunakan teori yang menyarankan untuk tidak mengabaikan pengaruh isu-isu non tradisional dalam membentuk hubungan internasional. Sehingga, penulis menganalisis dari perspektif feminisme liberal. Studi kasus interaksi simbolik yang tampak dalam drama televisi “My ID is Gangnam Beauty” dianalisis dengan menggunakan konsep konstruksi sosial yang digabungkan dengan teori *framing* yang dilakukan oleh media.

Dalam menganalisis, penulis menggunakan konsep konstruksi sosial gender Cynthia Enloe yang dikemukakan dalam buku *Bananas, Beaches, and Bases: Making Feminist Sense of International Politics*.²⁹ Dalam buku tersebut, Enloe membahas mengenai istilah “the personal is political” yang menjijikan, karena berarti hubungan pribadi telah terkonstruksikan sedemikian rupa hingga menjadi perpanjangan tangan dari kekuatan dan kontrol, menunjukkan adanya maskulinisasi dalam politik. Karenanya, perempuan pun terus mengikuti asumsi bahwa politik adalah ranah laki-laki dan beranggapan bahwa berita tidak relevan dengan mereka. Akan tetapi, mungkin juga bahwa definisi politik yang dimaksud bersifat terlalu ‘high politics’ dan karenanya, kepentingan perempuan dalam ‘low politics’ seharusnya tidak lagi dikategorisasikan sebagai *high and low* melainkan memperbesar peta tentang isu politik.

²⁹ Cynthia Enloe. “Conclusion: The Personal is International, the International is Personal” . 2014. *Bananas, Beaches, and Bases: Making Feminist Sense of International Politics*.”

Kehidupan publik terkonstruksi dari kesulitan untuk mendefinisikan maskulinitas dan feminitas. Menerima kebalikan dari istilah ‘personal is political’, yaitu “political is personal”, membuat isu-isu gender seharusnya tidak dianggap sebagai isu marginal melainkan kebutuhan yang juga penting bagi negara. Isu ini merupakan isu yang sama seriusnya dengan mempelajari senjata militer atau kebijakan pajak. Negara telah menggantungkan diri pada konstruksi buatan tertentu mengenai ranah domestik dan privat untuk mencapai kepentingan politik mereka. Maka dari itu, jika ada tokoh perempuan yang masuk ke dalam politik, diasumsikan bahwa mereka telah belajar untuk ‘berpikir seperti laki-laki’.

Padahal, politik internasional sebenarnya jauh lebih rumit daripada yang analis non-feminis bayangkan. Pendekatan feminis mengungkapkan kompleksitas isu mengenai jenis kekuatan yang dilakukan untuk membuat sistem politik internasional bekerja seperti sekarang ini. Dibutuhkan kekuatan untuk mengkonstruksi budaya populer yang memaksakan hirarki yang bersifat tergenderisasi secara global. Dibutuhkan lebih banyak kekuatan untuk mengkonstruksikan hubungan politik internasional daripada yang kita sudah diajarkan untuk percaya.

Prinsip “the international is personal” memberikan pengertian realistik mengenai politik internasional.³⁰ Menganggap prinsip ini serius berarti membuat isu perempuan tampak, mengakui bahwa isu tersebut ada dan nyata memberikan pengaruh. Jika sistem internasional bergantung pada konstruksi perempuan sebagai simbol, maka tidak akan didapatkan pemahaman yang utuh dan

³⁰ Cynthia Enloe. “Conclusion: The Personal is International, the International is Personal” . 2014. *Bananas, Beaches, and Bases: Making Feminist Sense of International Politics.*”

menyeluruh mengenai sistem politik internasional. Oleh karenanya, konstruksi sosial gender merupakan isu yang valid untuk dibahas dalam ranah Hubungan Internasional.

Hubungan Internasional merupakan kajian yang bersifat interdisipliner dan multidimensional. Arus utama dalam hubungan internasional yang tadinya mengedepankan teori realis dengan negara sebagai satu-satunya aktor sudah bergeser ke arah yang lebih luas. Penelitian Hubungan Internasional telah berkembang dengan juga menggunakan aktor yang bukan merupakan negara.³¹ Media merupakan salah satu aktor dalam dinamika tata hubungan internasional yang bersifat informasional. Media juga merupakan salah satu instrumen kebijakan luar negeri yang dapat menjadi sarana komunikasi antara negara tertentu dengan publik yang tersegmentasi di negara lain.

Media massa berfungsi sebagai penerjemah budaya politik dan opini publik. Media massa menjadi aktor yang penting karena menjadi sumber bagi masyarakat untuk menerima ide dan pandangan hubungan internasional serta kebijakan luar negeri.³² Dalam perkembangan zaman, media massa tidak hanya menjadi parameter yang melaporkan, melainkan juga turut serta dalam membentuk fokus mana yang disorot dalam suatu isu agar lebih menarik perhatian publik. Pers dan media tidak sekadar merefleksikan kenyataan, namun juga melakukan penyaringan dan pembentukan mengenai suatu topik tertentu. Media seringkali hanya berkonsentrasi pada isu-isu tertentu yang sering kali merupakan

³¹ Bob Sugeng Hadiwinata. "Studi dan Teori Hubungan Internasional: Arus Utama, Alternatif, dan Reflektivis." 2017. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

³² Scott Burchill, Andrew Linklater. "Theories of International Relations." 2015. Hlm 9.
<https://difarepositories.uin-suka.ac.id/245/1/Teori-teori%20hubungan%20internasional.pdf>

bentuk yang diminta dari sponsor. Selain itu, masih ada faktor 'pembumbuan' yang dilakukan sesuai persepsi jurnalis yang menulis maupun ideologi media tersebut.

Robert N. Entman mendefinisikan *framing* sebagai suatu tindakan penekanan akan aspek dalam suatu isu tertentu yang dilakukan oleh media dan jurnalis yang bertujuan untuk membentuk suatu kerangka pemikiran mengenai bagaimana cara masyarakat mempersepsikan atau memandang sebuah fenomena yang ditampilkan. Entman melihat framing dalam dua dimensi besar yaitu seleksi isu dan penonjolan aspek. Seleksi isu berkaitan dengan pemilihan fakta sedangkan penonjolan aspek berhubungan dengan penampilan fakta. Tahapan dalam konsepsi framing Entman adalah mendefinisikan masalah, mendiagnosa penyebab, membuat penilaian moral, serta merekomendasikan penyelesaian.³³

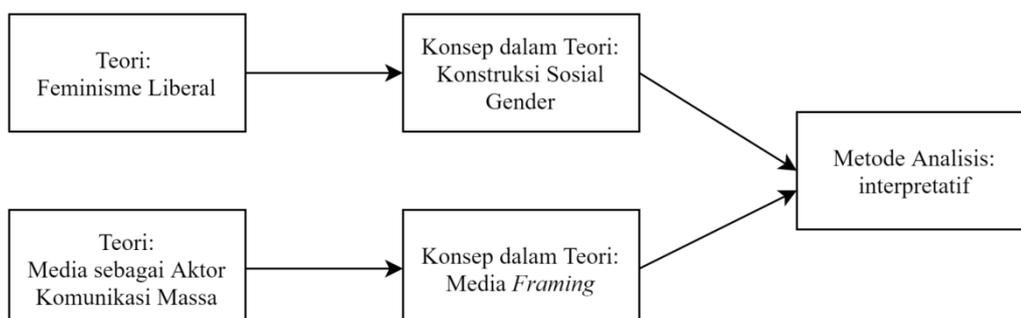
Dalam konteks penelitian ini, sesuai dengan masalah yang telah diidentifikasi pada bagian 1.2, alasan yang melatarbelakangi *framing* yang dilakukan oleh media adalah adanya kerjasama dengan industri kecantikan. Promosi nilai ini telah menyebabkan masyarakat sebagai *recipient* terpengaruhi oleh konsepsi standar kecantikan yang satu dan seragam sehingga melakukan penilaian moral tersendiri terhadap pesan yang disampaikan oleh media massa dan industri kecantikan. Gagasan bahwa perempuan hanya dapat disukai jika dia berpenampilan menarik, telah melahirkan asumsi yang mendasari perilaku perempuan yang cenderung antipati terhadap lawan jenis, membuat sulitnya

³³ Eriyanto. "Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media." 2011. hlm 220 - 252. https://books.google.co.id/books?id=0nBaDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=0nBaDwAAQBAJ&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwie7_2xmfPnAhU66XMBHciSAAQQ6AEIKjAA#v=onepage&q&f=false

terbangun interaksi yang berasaskan saling kepercayaan antar gender. Dialog serta diskursus yang telah ada sangat terbatas pada hubungan interpersonal yang hanya mengatur interaksi antar manusia. Namun, persepsi dari standar kecantikan yang telah semakin berkembang membuat fenomena ini menjadi permasalahan global.

Oleh karenanya, untuk membahas permasalahan ini dalam kacamata hubungan internasional, penulis melihat bahwa drama televisi ‘My ID is Gangnam Beauty’ menampilkan konstruksi sosial gender yang berbeda dari yang berada di tengah masyarakat Korea Selatan. Peneliti memfokuskan analisis dalam konteks interpretatif di mana metafora simbol dan makna yang tergambar dalam drama televisi 'My ID is Gangnam Beauty' menunjukkan bahwa drama ini melakukan kritik sosial balik terhadap *framing* yang telah dilakukan media massa mengenai konsepsi gender. Dengan hasil awal di mana masyarakat telah terpengaruh oleh *framing* tersebut akhirnya semakin melanggengkan nilai bias gender yang telah terbentuk sebelumnya. Sehingga drama televisi ini mencoba untuk melakukan *framing* balik terhadap isu tersebut untuk memberikan paradigma baru dalam memandang kecantikan dan isu gender.

Gambar 1.1 Skema Konteks Penggunaan Teori dalam Penelitian



1.6 Metode Penelitian & Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang memfokuskan analisisnya pada bagaimana peneliti menafsirkan makna (*meanings*) dan memahami (*understanding*) dengan berkonsentrasi pada kata-kata yang dikaji secara mendalam.³⁴ Karena media yang dipilih adalah drama televisi, maka bahan utama analisis adalah dialog-dialog yang dilontarkan oleh para pemeran. Dalam konteks penelitian ini, seleksi adegan yang dianalisis didasarkan pada variabel independen yaitu konstruksi sosial gender.

Variabel independen yaitu konstruksi sosial gender akan dijelaskan melalui variabel dependen yaitu drama televisi ‘My ID is Gangnam Beauty’ dengan menggunakan metode analisis interpretatif. Menurut Umar Suryadi Bakry, penelitian interpretatif ditandai dengan *sense* yang kuat dari hubungan antara peneliti dan subjek atau orang yang diteliti.³⁵ Tujuan dari penelitian interpretatif adalah untuk membangun pemahaman antara partisipan dengan peneliti. Melalui proses interpretasi tersebut, diharapkan dapat diperoleh pengertian yang baru maupun pandangan yang lebih mendalam terhadap fenomena ini. Metode analisis interpretatif tersebut dijalankan dengan menggunakan konsep-konsep konstruksi sosial gender dalam teori feminisme liberal serta *framing*.

³⁴ Umar Suryadi Bakry. Metode Penelitian Hubungan Internasional. 2017. Yogyakarta. Hlm 62.

³⁵ Umar Suryadi Bakry. Metode Penelitian Hubungan Internasional. 2017. Yogyakarta. Hlm 259.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan definisi metode penelitian kualitatif tersebut, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa studi pustaka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis sumber data primer maupun sekunder. Sumber data primer diambil menggunakan teknik studi pustaka. Pengumpulan data dengan teknik studi pustaka memanfaatkan bahan-bahan tertulis (dokumen) sebagai sumber data primer. Data penelitian primer didapatkan dari tangkapan layar yang menunjukkan dialog-dialog tokoh dalam drama maupun *webtoon* untuk dianalisis secara interpretatif. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen resmi atau laporan-laporan yang telah diterbitkan oleh pemerintah, organisasi internasional, maupun perusahaan Korea Selatan, serta didapat juga dari buku, jurnal, karya ilmiah, artikel dalam media cetak, tulisan dalam internet serta dari berbagai media online.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I adalah Pendahuluan yang terdiri dari sepuluh subbab, yaitu: latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II adalah pembahasan tentang “Hubungan Media Massa dengan Kesenjangan Gender di Korea Selatan”. Bab ini mendeskripsikan mengenai tindakan framing yang dilakukan oleh media massa Korea Selatan dan

implikasinya terhadap kesenjangan gender di Korea Selatan. Bab ini membahas mengenai peran media massa dalam mempengaruhi perilaku perempuan sebagai konsumen yang membeli produk perawatan diri serta melakukan operasi plastik. Utamanya, perempuan sebagai objek yang mengalami perbedaan perlakuan saat melakukan kegiatan sehari-hari seperti diskriminasi di tempat kerja maupun kasus pelecehan seksual. Dengan menggunakan unsur konstruksi sosial gender dalam teori feminisme liberalis, secara umum bab ini membahas mengenai bagaimana industri kecantikan membentuk suatu standar yang mempengaruhi struktur yaitu sistem ekonomi yang berpusat pada penampilan perempuan dan identitas perempuan sebagai kaum marginal akibat standar kecantikan yang ada dan terbentuk dari masyarakat.

BAB III berjudul "Analisis dari Standar Kecantikan yang terjadi di Korea Selatan melalui Drama Televisi 'My ID is Gangnam Beauty'". Analisis yang dipaparkan mencakup pesan yang digambarkan dalam Drama Televisi 'My ID is Gangnam Beauty' tentang standar kecantikan yang terjadi di Korea Selatan serta keparalelan fenomena tersebut dengan yang terjadi pada perempuan secara global. Pembahasan mengenai konstruksi sosial tersebut ditinjau dari sudut pandang teori *framing* dalam komunikasi antara media dengan masyarakat. Analisis ini membahas peran negara Korea Selatan dalam melanggengkan budaya patriarki dalam konteks budaya patriarki yang menimbulkan kesamaan nasib perempuan Korea Selatan yang terbelenggu oleh konstruksi sosial akibat adanya interdependensi antara industri kecantikan dengan industri media.

BAB IV adalah Kesimpulan. Bab ini berisi jawaban dari pertanyaan penelitian yang telah dituliskan pada perumusan masalah, yaitu mengenai *framing* dalam drama televisi 'My ID is Gangnam Beauty' terhadap konstruksi sosial gender yang berada di tengah masyarakat Korea Selatan, yang terdiri dari *framing* yang menampilkan konstruksi sosial gender tersebut serta *framing* yang menentang konstruksi sosial gender tersebut.