

## PEMAKNAAN PENONTON REMAJA DI JAKARTA TERHADAP OPERASI PLASTIK DALAM DRAMA KOREA MY ID IS GANGNAM BEAUTY

Nurul Fauziah<sup>1</sup>, Ratna Puspita<sup>2</sup>

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Email: nurul.fauziah@dsn.ubharajaya.ac.id

### Abstract

*This study aims to explore the audience receptions, focusing on adolescents aged 10-24 years in Jakarta, about plastic surgery in the Korean drama "My ID is Gangnam Beauty". This drama talks about plastic surgery in South Korea, while the audience in Jakarta already understands plastic surgery which has been constructed by society. This study uses Stuart Hall's reception analysis which does not focus on the meaning in Korean dramas, but rather the meaning created in the interaction between the audience and the Korean drama. The audience can have a variety of meanings for plastic surgery in Korean dramas that show a dominant position, negotiation, and opposition. The results showed that adolescent reception towards plastic surgery in the Korean drama "My ID is Gangnam Beauty" is negotiation. The audiences stated that women free to change their appearance through plastic surgery so they can make friends and not experience bullying but criticized the part of the story that depicts a female character who needs a man to build her self-confidence. The audience realizes that Korean drama fills its story about plastic surgery and certain beauty standards. However, the audience also uses the message in this drama to criticize how society dictates the acceptance of the body, as is the case in Indonesia.*

**Keywords:** Reception Analysis; Korean Dramas; Plastic Surgery; Audience Reception; Stuart Hall

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menggali pemaknaan penonton remaja, berusia 10-24 tahun, di Jakarta terhadap operasi plastik dalam drama Korea "My ID is Gangnam Beauty". Drama Korea ini menampilkan operasi plastik di Korea Selatan, sedangkan penonton di Jakarta juga memiliki pemahaman tentang operasi plastik yang tidak dapat dilepaskan dari anggapan masyarakat tentang operasi plastik. Penelitian ini menggunakan analisis resensi milik Stuart Hall yang tidak memfokuskan pada makna yang melekat pada drama Korea, melainkan makna yang tercipta dalam interaksi antara khalayak (penonton atau pembaca) dan drama Korea tersebut. Penonton dapat memiliki keberagaman pemaknaan terhadap operasi plastik dalam drama Korea yang menunjukkan posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Hasil penelitian menunjukkan pemaknaan penonton remaja terhadap operasi plastik dalam drama Korea "My ID is Gangnam Beauty" merupakan pemaknaan negosiasi. Mereka menyatakan perempuan bebas memilih mengubah penampilannya melalui operasi plastik agar mendapatkan teman dan tidak mengalami perundungan (bully), tetapi mengkritik bagian cerita yang menggambarkan tokoh perempuan membutuhkan laki-laki untuk membangun kepercayaan dirinya. Penonton menyadari bahwa teks drama Korea merupakan cara industri di Korea Selatan untuk mengampanyekan operasi plastik dan standar

kecantikan tertentu. Namun, penonton juga menggunakan pesan dalam drama ini untuk mengkritik upaya mendikte penerimaan atas tubuh, sebagaimana berlaku di Indonesia.

**Kata kunci: Analisis Resepsi, Drama Korea; Operasi Plastik; Pemaknaan Penonton; Stuart Hall**

### A. Pendahuluan

Drama Korea berjudul “My ID is Gangnam Beauty” (내 아이디는 강남미인) mengangkat tema operasi plastik dan kontroversinya di masyarakat. Drama produksi stasiun televisi asal Korea Selatan, yakni JTBC, ini memfokuskan cerita pada tokoh perempuan bernama Kang Mi-rae (diperankan oleh Lim Soo-hyang) yang memutuskan melakukan operasi plastik sebelum masuk kuliah perdana.

Kang Mi-rae menganggap operasi plastik akan mengakhiri penderitaan hidupnya. Selama bersekolah, mulai dari sekolah dasar hingga sekolah menengah, Kang Mi-rae kerap diejek karena wajahnya dianggap jelek oleh teman-teman sekolah dan laki-laki yang disukainya. Drama ini juga menceritakan kehidupan Kang Mi-rae setelah melakukan operasi plastik. Kang Mi-rae yang tidak terbiasa disebut cantik mendapatkan perhatian dari teman perempuan dan teman laki-laki. Begitupula dengan bagaimana orang-orang memperlakukan Kang Mi-rae. Sebagian tidak mempermasalahkan, tetapi ada juga yang menganggapnya sebagai seseorang yang bukan cantik alami. Bahkan, orang-orang menyebutnya sebagai *Gangnam beauty* (cantik ala perempuan di Gangnam yang melakukan operasi plastik).

Drama ini juga dibintangi oleh Cha Eun-woo sebagai sebagai Do Kyung-seok atau kekasih Kang Mi-rae, dan Jo Woo-ri sebagai Hyun Shoo-a atau rival Kang Mi-rae. Drama ini My ID is Gangnam Beauty tayang di Korea Selatan pada 27 Juli sampai 15 September 2018. Kala itu, penonton dari negara lain, termasuk Indonesia, dapat menonton drama ini baik melalui televisi kabel, televisi *streaming* seperti viu, dan situs-situs tidak resmi dengan cara *streaming* atau mengunduh.

Di Korea Selatan, drama ini meraih tiga trofi pada 2018 Korean Drama Awards, dua penghargaan untuk Cha Eun-woo sebagai Aktor Pria Terbaik (Best New Actor) dan Penghargaan Bintang Hallyu (Hallyu Star Award) dan satu piala milik Jo Woo-ri sebagai Penghargaan Bintang Tahun Ini (Star of the Year Award) (J.K, 2018). Ketenaran My ID is Gangnam Beauty di Indonesia mengantarkan Cha Eun-woo

sebagai pemeran pria utama meraih penghargaan Person of the Year dari Indonesia Television Awards 2018. Cha Eun-woo datang langsung ke Jakarta untuk menghadiri Indonesian Televisi Awards 2018 pada akhir Oktober 2018 (Sari, 2018). Kemudian, Trans TV menayangkan drama ini mulai 15 April 2019 dan Senin hingga Jumat pukul 18.00 WIB (Ulfa, 2019).

Terlepas dari kesuksesannya di Indonesia, operasi plastik merupakan tema yang kontroversial. Operasi plastik merupakan operasi yang memfokuskan pada teknik rekonstruktif untuk memperbaiki ketidaksempurnaan fisik, khususnya wajah (Kita & Sullivan, 2018). Operasi plastik, atau tindakan bedah plastik atau bedah kosmetik telah tiga kali mengalami perubahan praktik. Sebelum Perang Dunia II, operasi plastik dilakukan untuk menyamarkan bekas luka, mengobati penyakit bawaan seperti bibir sumbing dan menyembunyikan komplikasi penyakit. Pascaperang Dunia II, operasi plastik digunakan untuk merekonstruksi kulit wajah yang terbakar. Era sekarang, operasi plastik digunakan untuk membantu orang meningkatkan penampilan mereka dan memiliki kehidupan yang lebih baik atau pekerjaan yang lebih baik (Zare, Javadi, & Naseri, 2014).

Perubahan fisik melalui cara bedah di meja operasi sebagai sikap kurang bersyukur akan penampilannya sejak lahir. Operasi plastik menjadi kontroversi karena prosedur rekonstruksi wajah ini akan mengubah fisik yang sudah menjadi bawaan sejak lahir seperti mengubah bentuk hidung menjadi lebih mancung, mata menjadi lebih besar, bibir menjadi lebih penuh, dan sebagainya.

Tindakan kedokteran untuk estetika masih menjadi tabu sosial dan orang-orang jarang secara terbuka mengakui bahwa mereka telah menjalani bedah kosmetik. Masyarakat belum dapat menerima bedah kosmetik karena anggapan sebagai buatan manusia. Tabu sosial terkait dengan operasi kosmetik atau operasi plastik yang diproduksi dan dipertanyakan melalui media massa (Wong, 2018).

Drama Korea “My ID is Gangnam Beauty” yang mengusung tema operasi plastik turut memproduksi dan mempertanyakan operasi plastik. Kendati demikian, ulasan mengenai drama ini di media massa tidak membahas mengenai kontroversi tentang bedah plastik. Sebelum atau sesudah My ID is Gangnam Beauty ditayangkan di Indonesia, media massa di Indonesia juga turut mempromosikan drama ini. Pembahasan mengenai operasi plastik hanya bahwa operasi plastik di Korea Selatan masih membawa stigma (Tribunnews Pekanbaru, 2018). Media di Indonesia

menyatakan bahwa *My ID is Gangnam Beauty* memiliki alur yang berbeda, yakni mahasiswi mengubah hidupnya melalui operasi plastik, kehidupan kampus yang tidak ideal, dan pertemuan dengan tokoh laki-laki (Sari, 2018). Ulasan lainnya, yakni drama ini bercerita tentang kecantikan sejati (Saputri, 2018), dan kebahagiaan sesungguhnya adalah bersama orang yang dapat mencintai penampilan seseorang dengan apa adanya sehingga mampu menumbuhkan kepercayaan diri (Mahartika, 2019).

Ulasan terhadap drama ini yang muncul pada media arus utama di Indonesia tidak jauh berbeda dari pesan yang ingin disampaikan oleh pembuat drama. Drama ini menggunakan istilah kecantikan Gangnam atau Gangnam Beauty yang merujuk pada banyaknya orang di area Gangnam, bagian selatan Seoul, Ibu Kota Korea Selatan, terlihat cantik tetapi mirip satu sama lain karena menjalani operasi plastik di rumah sakit yang sama. Berlatar pada stigma tersebut, Produser *My ID is Gangnam Beauty* Choi Sung-bum menjelaskan bahwa tokoh utama dalam drama ini tidak menjalani kehidupan yang indah setelah menjalani operasi plastik. Sebaliknya, ia tidak berhasil melewati persoalannya karena mendapatkan banyak perhatian setelah operasi plastik (Im, 2018).

Tidak hanya memproduksi dan mempertanyakan operasi plastik, drama ini juga turut menyebarluaskan standar kecantikan Korea Selatan yang ditopang oleh industri bedah plastik dan perawatan kulit di negara tersebut. Wong (2018) mengatakan drama Korea telah berkontribusi terhadap kesuksesan mengespor standar kecantikan di Korea Selatan. Hall (dalam Griffin, 2012:349) meyakini media massa menyediakan panduan mitos untuk membentuk persepsi khalayak mengenai dunia dan menjadi instrumen yang penting dalam kontrol sosial.

Panduan mitos tersebut menunjukkan ada ideologi dominan dalam teks media massa. Ideologi dominan ini yang turut membentuk pemaknaan penonton. Penelitian-penelitian sebelumnya tentang pemaknaan penonton pernah dilakukan oleh Lin & Tong (2007) dan Briandana & Ibrahim (2015). Lin & Tong (2007) melakukan penelitian berjudul “Crossing boundaries: Male consumption of Korean TV dramas and negotiation of gender relations in modern day Hong Kong”. Pada penelitian ini, Lin & Tong menjelaskan para pria heteroseksual yang menjadi responden studi ini mengalami dilema dengan meningkatnya destabilisasi batas-batas peran gender di masyarakat. Responden menggunakan drama Korea untuk menegosiasikan hubungan gender baru di masyarakat Hong Kong modern (Lin & Tong, 2007).

Sedangkan Briandana & Ibrahim (2015) melakukan penelitian penonton drama Korea berjudul “Audience Interpretation on Korean TV Drama Series in Jakarta” menyatakan bahwa penonton mengintepretasikan drama *Princess Hours* (公主) dan *Secret Garden* (시크릿 가든) yang menyampaikan pesan mengenai nilai-nilai sosial materialisme, patriarki, dan perbedaan kelas dengan emosi. Pemaknaan emosional ini terlihat dalam penggambaran tokoh utama yang atraktif, lagu tema yang menarik, dan alur cerita yang dramatis (Briandana & Ibrahim, 2015).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yakni penelitian ini tidak memfokuskan pada penonton yang mengalami dilema identitas sehingga pemaknaan mengenai drama justru membantu menegosiasikan hubungan identitasnya dengan masyarakat. Penelitian ini juga tidak memfokuskan pada pemaknaan emosional penonton terhadap tokoh utama, lagu tema, dan alur cerita.

Penelitian ini ingin menggali pemaknaan penonton terhadap tema yang diangkat dalam drama Korea “My ID is Gangnam Beauty”, yakni operasi plastik. Pesan “My ID is Gangnam Beauty” mengenai operasi plastik, perundungan, dan penerimaan tubuh di Korea Selatan akan dimaknai secara beragam oleh penonton Indonesia. Penonton secara aktif memaknai isi media massa, termasuk drama yang ditayangkan oleh televisi. Interpretasi atau pemaknaan penonton terhadap apa yang mereka tonton di televisi sangat subyektif.

Dalam konteks penonton “My ID is Gangnam Beauty di Indonesia”, ideologi dominan bukan hanya mengenai apa diinginkan oleh produser atau pembuat drama. Penonton di Indonesia juga memiliki belitan ideologi dominan lain yang menyangkut anggapan masyarakat tentang operasi plastik. Karena itu, penonton kemungkinan juga akan mengonstruksikan isi tayangan berdasarkan pemahaman mereka mengenai fenomena tersebut. Pemaknaan penonton terhadap operasi plastik dalam drama Korea “My ID is Gangnam Beauty” akan mempertemukan ideologi dominan yang coba disebarluaskan melalui drama ini dan makna operasi plastik yang sebelumnya telah ada pada diri para penonton di Indonesia. Penonton drama Korea di Indonesia akan menerima pesan mengenai operasi plastik dalam drama tersebut berdasarkan persepsi, pemikiran, dan pengalaman yang telah ada sebelumnya mengenai operasi plastik.

Menurut Hall (dalam Morissan, 2013:548-550), proses menerima pesan berdasarkan persepsi, pemikiran dan pengalaman yang telah ada sebelumnya ini disebut dekoding. Khalayak melakukan dekoding terhadap pesan media massa, yakni

menerima pesan dan membandingkan pesan tersebut dengan makna yang sebelumnya telah disimpan dalam ingatan mereka.

Perbedaan latar belakang sosial, pendidikan, pengalaman dengan orang lain, dan interaksi dengan media massa akan memunculkan keberagaman pemaknaan penonton soal operasi plastik. Pemaknaan ini bisa saja mengikuti ideologi dominan yang disampaikan pembuat drama, tetapi menjadi perlawanan terhadap nilai-nilai yang diwajarkan oleh masyarakat. Namun, pemaknaan itu bisa juga mengkritik ideologi dominan yang disampaikan pembuat drama, tetapi sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Atau, pemaknaan merupakan hasil negosiasi antara ideologi dominan yang disampaikan pembuat drama, dan nilai- yang berlaku di masyarakat soal operasi plastik.

Morissan (2013:549) mengatakan penonton sering kali menginterpretasi pesan media melalui cara-cara yang tidak dikehendaki oleh produsen pesan sehingga menimbulkan makna yang berbeda. Sebagai akibat munculnya berbagai makna yang berbeda ini, ideologi yang berlawanan muncul di masyarakat.

Penelitian ini akan menggali pemaknaan penonton di Jakarta terhadap operasi plastik yang direpresentasikan dalam drama televisi. Penonton dalam penelitian ini merupakan penggemar drama Korea yang menonton dan menyukai “My ID is Gangnam Beauty”. Sebagai penggemar, penonton menonton “My ID is Gangnam Beauty” ketika drama ini masih diputar (*ongoing*) di Korea Selatan dan bukan yang menonton setelah drama tamat atau ketika ditayangkan di Indonesia.

Penonton dalam penelitian ini adalah remaja perempuan di Jakarta. Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah (BKKBN, 2019). Remaja perempuan menganggap penampilan adalah cara yang relevan untuk mengekspresikan identitas. Remaja perempuan menganggap tubuh adalah instrumen yang kuat untuk melakukan hubungan sosial. Di sisi lain, tantangan yang muncul pada usia remaja, di antaranya evaluasi diri terhadap tubuh fisiknya. Evaluasi diri terhadap fisik ini, misalnya, terkait berat badan, bentuk tubuh, bentuk wajah, ukuran pinggang, ukuran lengan, dan bahkan jarak antara kedua paha (Nanu, Täut, & Bäban, 2004).

Remaja adalah tahap identitas versus kebingungan peran. Dalam kebingungan peran tersebut, remaja menggunakan media massa untuk membentuk identitas mereka. Media massa memainkan peran besar dalam bagaimana remaja memandang diri

mereka sendiri dengan membentuk gambar-gambar tentang apa yang seharusnya atau dilakukan remaja (Javellana, 2014; Nanu et al., 2004).

Remaja menonton iklan komersial dan tayangan televisi memang untuk mendapatkan hiburan. Namun, tayangan-tayangan tersebut juga menunjukkan bagaimana remaja harus berpakaian dan bertindak. Media massa menegaskan makna bentuk tubuh. Media massa mengonstruksikan norma yang jelas tentang bagaimana anak perempuan harus terlihat. Namun, media massa mendistorsi fakta dan memberikan sesuatu yang tidak realistik (Javellana, 2014; Nanu et al., 2004).

Tujuan penelitian ini berkaitan dengan komunikasi massa, khususnya khalayak. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran pemaknaan penonton Indonesia terhadap drama yang diimpor dari Korea Selatan, termasuk budaya yang dibawa oleh gelombang Korea, fandom, dan budaya popular.

## B. Landasan Teori

Hall mengatakan bahwa proses penerimaan pesan bukanlah perilaku sederhana sebagai pandangan positivistik yang membingkai pada persoalan efek, kegunaan, dan kepuasan. Sebelum sebuah pesan dapat memiliki efek, memenuhi kebutuhan, atau digunakan, pesan tersebut harus terlebih dahulu diposisikan sebagai wacana yang bermakna dan diterjemahkan secara bermakna oleh penontonnya (Hall, 2006).

Sebuah pesan memiliki makna karena proses kerjanya yang diskursif. Proses kerja dalam produksi pesan melibatkan pengetahuan yang digunakan mengenai rutinitas produksi, keterampilan teknis yang didefinisikan secara historis, ideologi profesi, pengetahuan kelembagaan, dan asumsi tentang penonton (Hall, 2006).

Analisis resensi tidak memfokuskan pada makna yang melekat pada teks media, melainkan makna yang tercipta dalam interaksi antara khalayak (penonton atau pembaca) dan teks media tersebut. Teks media akan memiliki makna ketika proses penerimaan/resensi teks itu oleh penonton sehingga penonton secara aktif menghasilkan makna yang sesuai dengan posisi sosial dan budaya mereka (Briandana & Azmawati, 2020).

Hall membuat model yang menggunakan kerangka kerja semiotika pada studi komunikasi menjauhi model efek perilaku yang muncul sebelumnya. Hall mengembangkan semiotika milik Barthes yang memisahkan antara kode 'denotatif' dan 'konotatif' (atau 'asosiatif') (Shaw, 2017). Hall berpendapat bahwa pada tingkat

kode denotatif ada kesepakatan yang hampir universal antara makna encoders dan decoders (Shaw, 2017). Namun, pada tingkat kode ‘konotatif, penonton dapat memaknai atau menerjemahkan pesan itu sesuai makna yang diinginkan oleh pembuat pesan atau sebaliknya. Proses produser pesan menyampaikan makna dan seorang penonton memaknai atau menerjemahkan pesan tersebut disebut enkoding dan dekoding (Hall, 2006).

Enkoding merupakan makna yang coba disampaikan oleh pembuat pesan melalui simbol, sedangkan dekoding merujuk pada pemaknaan yang muncul setelah berinteraksi dengan teks. Enkoding dan dekoding ini bisa jadi tidak sama sehingga sebuah teks bisa memunculkan beragam pemaknaan.

Asumsi model enkoding/dekoding milik Stuart Hall, yakni penonton yang aktif menafsirkan teks sesuai akan menghasilkan banyak interpretasi pada sebuah peristiwa yang sama, sebuah pesan akan selalu menghasilkan lebih banyak pemaknaan atau polisemik, dan pemahaman atau pemaknaan pesan juga merupakan praktik bermasalah (Briandana & Azmawati, 2020).

Model Hall menjelaskan tiga cara audiens dapat memecahkan ‘kode’ pesan yang diberikan. Pertama, yakni makna dominan, yakni pesan diterjemahkan dengan makna yang sama seperti yang dimaksudkan ketika itu dikodekan. Kedua, makna yang dinegosiasikan, yakni pesan yang diterjemahkan dengan cara menggabungkan makna dominan dan makna yang bersifat melawan makna dominan. Ketiga, makna oposisi atau audiens menerjemahkan pesan dengan cara yang berlawanan seperti yang dikodekan oleh produsen pesan (Shaw, 2017).

Model ini mengidentifikasi tiga posisi pembaca ketika berinteraksi dengan teks, yakni posisi dominan-hegemoni, negosiasi, dan oposisi. Penonton berada pada posisi dominan muncul ketika ia memaknai atau menerjemahkan pesan dalam kerangka kode referensi yang telah disandikan. Posisi dominan ditandai ketika pemaknaan penonton melegitimasi makna dominan sebagai sesuatu yang tampak terkait dengan apa yang “alami”, “tak terelakkan”, “diterima begitu saja”. Penonton berada dalam posisi negosiasi ketika ada kontradiksi dalam pemaknaannya, yakni penonton memaknai teks seperti makna dominan, tetapi memunculkan pengecualian (mengambil posisi oposisi) pada tingkatan yang lebih terbatas. Sementara posisi oposisi menunjukkan pemaknaan penonton bertentangan dengan makna dominan dengan menyuguhkan pandangan alternatif (Hall, 2006).

Penonton bisa menghasilkan pemaknaan alternatif atau bertentangan dengan makna yang ditawarkan media karena perbedaan posisi sosial dan/atau pengalaman budaya antara pembaca dan produser media (Briandana & Azmawati, 2020). Hall menjelaskan pemaknaan dominan atau sesuai dengan keinginan produsen pesan dapat terjadi karena adanya ketidaksetaraan sosial seperti kelas sosial. Ketidaksetaraan sosial ini membuat posisi pemaknaan antara *encoders* dan *decoders* menjadi tidak seimbang. Sebab, mereka yang relatif tidak berdaya harus berhadapan dengan mereka yang mengendalikan media. Akhirnya, mereka yang tidak berdaya ini cenderung mendorong kembali pada makna dominan atau preferred meaning (Shaw, 2017).

### C. Metode

Penelitian ini bertujuan menggali atau mengeksplorasi pemaknaan penonton terhadap operasi plastik yang direpresentasikan dalam drama televisi. Untuk itu, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada makna individual, yakni remaja sebagai penonton drama Korea, untuk menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan, yakni perdebatan operasi plastik.

Penulis menggali data dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan penggemar drama Korea yang menonton dan menyukai *My ID is Gangnam Beauty*. Wawancara dengan para informan dilakukan pada Juli sampai Agustus 2019 di sejumlah lokasi di Jakarta. Informan pada penelitian ini merupakan empat remaja berusia 17 tahun hingga 22 tahun, mereka yakni informan RU berusia 22 tahun, informan El berusia 20 tahun, informan DAM berusia 16 tahun, informan RSK berusia 15 tahun. Empat informan ini menunjukkan periode remaja awal 15 dan 16 tahun serta duduk di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA), dan dua informan pada periode remaja akhir yang berusia 20 dan 22 tahun dan sedang menempuh pendidikan perguruan tinggi. Para informan tinggal di Jakarta yang merupakan ibu kota negara, kota yang merujuk pada kota yang padat penduduk, menjadi pusat bisnis, perdagangan, dan jasa. Mereka menonton *My ID is Gangnam Beauty* ketika ini masih diputar (ongoing) di Korea Selatan.

Para informan mengaku sudah menonton drama Korea antara lima tahun dan 10 tahun lalu dengan direkomendasikan dari teman atau kakak. Empat informan juga mengaku bahwa mereka terpapar oleh gelombang Korea atau hallyu wave. Mereka bukan hanya menyukai drama Korea, melainkan mengikuti budaya populer Korea

lainnya seperti musik Korea atau KPop. Para informan memiliki alasan yang sama mengenai ketertarikan terhadap drama Korea, yakni cerita yang berbeda dan penggarapan yang lebih baik dibandingkan sinetron yang ditayangkan oleh televisi di Indonesia. Penggarapan yang lebih baik ini ditunjukkan oleh konflik yang tidak hanya seputar rumah tangga dan pengambilan gambar atau sinematografi.

Empat informan mengaku mereka tidak lagi mengandalkan televisi untuk menonton drama Korea, melainkan menggunakan laptop. Mereka menonton dengan cara streaming atau mengunduh melalui internet. Situs-situs untuk mereka gunakan mulai dari yang resmi atau legal seperti VIU atau tidak resmi atau ilegal seperti Drakorindo, dan Kordramas. Para informan menyatakan mereka mendapatkan informasi mengenai drama terbaru akan didapatkan dari mulut-ke-mulut (viral) melalui jaringan pertemanan. Informasi yang ditunggu bukan hanya soal drama terbaru sudah keluar, melainkan drama tersebut sudah dilengkapi oleh subtitle atau teks terjemahan, baik bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris.

Informasi dari mulut-ke-mulut atau getok tular ini menjadi salah satu alasan penonton menonton drama tertentu. Para informan menyatakan mereka akan menonton drama Korea jika ada drama baru yang seru. Mereka mendefinisikan seru sebagai genre tertentu seperti thriller, horor, dan fantasi; ramai dibicarakan di media sosial atau booming; pemain tampan atau pemain yang memang sudah memiliki reputasi bagus; dan rating yang bagus di Korea Selatan. Alasan-alasan tersebut pula yang mendorong para informan menonton *My ID Gangnam Beauty*. Mereka menonton *My ID Gangnam Beauty* karena pemeran utama pria pada drama tersebut adalah Cha Eun-woo. Selain pemeran yang tampan, mereka mengaku menonton lantaran drama ini ramai diperbincangkan di media sosial Twitter.

#### **D. Hasil dan Pembahasan**

Pemaknaan penonton remaja terhadap operasi plastik dalam drama Korea “*My ID is Gangnam Beauty*” merupakan pemaknaan negosiasi. Hall mengatakan pemaknaan dengan posisi negosiasi, yakni khalayak secara umum menerima ideologi dominan, tetapi menolak penerapannya dalam kasus-kasus tertentu (Morissan, 2013:550).

Empat penonton remaja menerima pesan film “*My ID is Gangnam Beauty*” sebagaimana yang ingin disampaikan oleh pembuat drama, yakni perempuan bebas memilih mengubah penampilannya melalui operasi plastik agar mendapatkan teman

dan tidak mengalami perundungan (*bully*). Peran utama perempuan dalam drama ini, yakni Kang Mi-rae, melakukan operasi plastik agar ia tidak lagi mengalami perundungan.

“Kan yang di awal dia SMA, dia *enggak pede*, *dibilangnya* monster gitu. Terus dia *kan* akhirnya *mutusin* untuk operasi plastik karena lihat *temennya* cantik-cantik dan punya banyak temen, dan dia juga *pengen*. Akhirnya dia operasi plastik dan kuliah yang jauh dari *temen* SMA-nya kan buat *ngehindarin bully*” (informan DAM, 2019).

Ada perbedaan pemaknaan soal operasi plastik pada penonton remaja awal dan remaja akhir. Dua informan berusia remaja awal mengatakan operasi plastik karena mengalami perundungan fisik sebagai sesuatu yang wajar, sedangkan dua informan yang berusia remaja akhir menilai operasi plastik adalah hak yang bisa dilakukan meski tidak ada perundungan.

Informan berusia remaja awal, DAM dan RSK, mengatakan perundungan fisik dapat diterima lantaran seseorang mengalami tekanan dalam hidup lantaran tidak punya teman, tidak ada yang mengenal, dan depresi. Selain perundungan fisik, keduanya menilai bahwa operasi plastik dapat dilakukan oleh orang yang mengalami kecelakaan sehingga fisiknya rusak. Namun, keduanya menilai alasan lain tidak dapat diterima.

Penonton remaja awal “My ID is Gangnam Beauty” memaknai operasi plastik dalam drama ini sebagai tindakan transformasi tubuh lantaran adanya perundungan fisik. Informan RSK mengatakan Kang Mi-rae melakukan operasi plastik untuk menghindari perundungan fisik dan mendapatkan banyak teman. Informan RSK mengatakan operasi plastik merupakan cara yang ditempuh agar percaya diri, bisa berbicara dengan orang banyak, dan punya banyak teman. Informan DAM menyebutkan Kang Mi-rae melakukan operasi plastik karena pandangan orang lain terhadap dirinya berubah. Ia menilai setiap orang merespons tekanan dalam bentuk perundungan dengan cara berbeda-beda. Ada orang yang mengalami perundungan menjadi depresi. Apalagi, ketika eksistensinya hilang hanya lantaran bentuk wajah.

Thomas (2012) yang melakukan kajian literatur mengenai alasan individu melakukan modifikasi tubuh atau operasi plastik mengidentifikasi sejumlah hal yang menjadi motivasi individu mengubah tubuhnya. Alasan tersebut mulai dari alasan personal hingga politis, mulai dari sosial hingga patologis. Modifikasi tubuh dengan alasan ritual budaya atau identifikasi dengan budaya lokal terjadi ketika individu mencari afiliasi dengan kelompok.

Dryer (dalam Thomas, 2012) menjelaskan individu ingin memiliki kelompok untuk berbagi minat lintas-budaya dalam ritual yang dicirikan sebagai kegiatan menantang secara fisik, emosional, dan spiritual sebagai upaya mendapatkan manfaat psikologis, sosial, dan spiritual.

Dua informan yang berusia remaja akhir, informan RU dan El, menilai bahwa transformasi tubuh adalah hak setiap orang. Informan RU mengatakan transformasi penampilan merupakan hak setiap individu apa pun alasan. Informan RU mengatakan perempuan punya hak untuk tampil percaya diri, baik itu melalui kemampuan make-up, penggunaan perawatan wajah, atau operasi plastik. Sebab, perempuan yang melakukan operasi plastik terkait dengan tubuhnya dan bukan tubuh orang lain.

“Menurut saya sah-sah aja sih kalau orang mau mengubah dirinya untuk lebih *pede*, ya, *enggak* apa-apa. Itu *kan* tubuh dia.” (informan RU, 2019).

Informan El mengutarakan operasi plastik boleh dilakukan apa pun alasannya baik untuk kesehatan maupun untuk kecantikan, termasuk meningkatkan kepuasan dalam diri dan batin. Karena itu, setiap orang berhak mengubah dirinya melalui operasi plastik.

“*Kan* banyak orang, kalau misalnya dikomenin, ‘*Lo* kenapa *sih* operasi plastik? *Lo* gak bersyukur banget.’ Menurut aku, kalau misalnya dia bersyukur, tapi dalam hati dia beban, dia *dapet* tekanan dari *society*, ya *udah*, lakukan aja. Karena bersyukur *kan* banyak cara, *enggak* cuma soal terima kodrat dari Tuhan aja. Padahal, *ya udah*, itu *pake* uang juga uang dia, ya, suka-suka dia. *Ngapain ngehujat gitu* (informan El, 2019)”

Klaim atas tubuh terjadi ketika operasi plastik atau modifikasi tubuh didorong oleh anggapan bahwa tubuh fisik merupakan landskap potensial untuk representasi dan inskripsi negosiasi politik dan personal. Anggapan seperti ini memunculkan persoalan seperti penindasan, pelecehan, dan subordinasi. Hal ini biasanya terkait dengan seksisme, rasisme, dan masalah sosiokultural lainnya. Modifikasi tubuh menjadi perlawanan terhadap status quo politik tubuh, cita-cita kecantikan, hubungan ras, dan norma-norma gender serta pembahasan masalah sosiologis lainnya. Ekspresi diri atau konstruksi identitas terjadi ketika individu mengubah tubuh mereka untuk mengubah stereotip (Thomas, 2012).

Penonton remaja mengatakan drama Korea My ID Gangnam Beauty merepresentasikan budaya di Korea Selatan yang menilai seorang individu dari standar kecantikan tertentu. Operasi plastik menunjukkan adanya standar kecantikan

di masyarakat Korea Selatan. Penonton menyadari bahwa drama Korea ini melanggengkan nilai-nilai yang ada di masyarakat Korea Selatan soal kecantikan.

“Setahu saya, ya, soalnya kalo di Korea kecantikan itu harus nomor 1. *Kayak* semua dilihat dari fisik dulu. Misalnya si cantik, ramah, kayak si Hyun Soo-ah ini diagung-agungkan banget dibanding sama yang lainnya. Pokoknya cantik, ramah *tuh* jadi nilai plus plus kalo di Korea *tuh*. Banyak disegani (informan RU, 2019).

Kesadaran tentang hal ini juga sekaligus menunjukkan adanya impor standar kecantikan dari Korea Selatan ke negara lain, yakni Indonesia. Menurut Oh (2017), standar kecantikan Korea Selatan, yang ditandai melalui aktris dan anggota grup perempuan, sudah menjadi kecantikan universal perempuan atau yang disebut oleh Epstein dan Jo sebagai “semua perempuan di dunia menjadikan kecantikan Korea Selatan sebagai keinginan utama untuk ditiru”.

Hyun Soo-ah (diperankan oleh Jo Woo-ri) merupakan karakter antagonis dalam *My ID is Gangnam Beauty*. Hyun Soo-ah menggambarkan kecantikan alami melalui wajah yang putih dan bersih, rambut panjang, dan tubuh langsing. Di sisi lain, karakter Kang Mi-rae muncul sebagai sosok yang berusaha memenuhi standar kecantikan tersebut dengan melakukan operasi plastik sehingga disebut *Gangnam beauty*. Informan RU mengatakan gambaran ini sudah terlihat sejak episode pertama.

“Yang episode pertama sih *kayak* dia (Kang Mi-rae) *nge-scan* orang untuk menilai kecantikannya segini *kayak* apaan sih. Ternyata dia operasi plastik” (informan RU, 2019).

Standar kecantikan ini memunculkan tuntutan kecantikan, khususnya perempuan. Standar kecantikan perempuan, yakni wajah yang putih dan bersih, tubuh langsing, hidung mancung, dan dagu lancip. Informan DAM mengatakan karakter pria dalam drama melihat perempuan hanya dari visual atau penampilan. Bahkan, tokoh utama perempuan dalam drama ini tidak bisa melepaskan dirinya dari standar kecantikan masyarakat.

Karakter yang juga menunjukkan tekanan dan tuntutan soal penampilan fisik perempuan muncul dalam sosok Yeon Woo-young (diperankan oleh Kwak Dong-yeon). Karakter ini juga menyukai Kang Mi-rae, tetapi lantaran fisik. Meski tidak mempermasalahkan cantik hasil operasi plastik atau cantik alami, karakter ini dengan tegas menyatakan bahwa ia menyukai Kang Mi-rae karena penampilannya yang enak dipandang.

“Aku *liat* dia suka sama Mi-rae karena fisiknya *doang*, ya. *Kalo* si Do Kyung-seok *malah* beda. Ada kepribadian yang menurutnya, ‘Kayaknya kita cocok,’ hahaha” (informan El, 2019)

“*Kalo* (karakter) Chanwoo kan tipe yang menerima apa adanya kalo diliat dari dramanya. *Ngeliat* dia (Mi-rae) berubah, *ya udah*, kenapa gitu *emangnya*. Terus karena dia ngeliat sifat si Mi Rae makanya jatuh cinta. *Kalo* si senior kan pertama *liat* mukanya, karena *deket*, makanya jadi suka. *Kalo* Chanwoo kan udah *tau* dari dulu, terus karena *deket* jadi suka. *Kalo* sunbae-nya kayaknya lihat mukanya dulu, terus *dideketin*, baru suka” (informan RU, 2019).

Tuntutan-tuntutan tersebut memunculkan tekanan bagi perempuan untuk memenuhi standar cantik yang diakui oleh masyarakat. Tidak peduli seseorang terlahir sesuai standar kecantikan atau tidak, setiap orang perlu melakukan upaya untuk memenuhi standar cantik, baik itu melalui operasi plastik atau menggunakan make up dan berdiet bagi yang penampilan fisiknya sudah sesuai standar. Karena itu, informan RSK berpendapat tekanan dan tuntutan soal fisik bagi perempuan tidak hanya dialami oleh Kang Mi-rae. Hyun Soo-ah yang terlahir cantik tidak luput dari tekanan dan tuntutan masyarakat.

“Ternyata dia masih juga *gak* bahagia. Dia cantik, badannya kurus, tapi dia *tetep* diet minum tablet obat gitu kan. *Tetep* sama-sama *gak* bisa bahagia *gitu*. Cantik iya, tapi dia *enggak* bisa bahagia karena tekanan. Tekanan mau tetap cantik. Drama ini nunjukin juga *kalo* jadi cantik *tuh enggak gampang*. Harus ada usaha untuk jaga bentuk badannya supaya bagus” (informan RSK, 2019).

Tekanan penampilan fisik juga tidak berhenti setelah Kang Mi-rae operasi plastik. Informan DAM mengatakan tekanan dan tuntutan fisik tergambar lewat celaan terhadap pemeran utama perempuan yang melakukan operasi plastik, yakni ‘monster plastik, ‘cantik Gangnam’. Hal ini lantaran budaya operasi plastik telah menjadi identitas bagi masyarakat di wilayah Gangnam, Seoul, Korea Selatan. Artinya, merekonstruksi tubuh melalui bedah atau operasi plastik sudah menjadi nilai dan identitas warga Gangnam sehingga konstruksi tentang tubuh didikte oleh masyarakat (Bae & Joo, 2020).

Tekanan dan tuntutan masyarakat terhadap kecantikan juga terrepresentasi melalui stereotip terhadap perempuan yang melakukan operasi plastik. Para informan menyebutkan ini seperti digambarkan oleh senior yang menyukai Kang Mi-rae, yakni Kim Chan-Woo (diperankan oleh Oh Hee-joon). Karakter ini marah karena ditolak oleh Kang Mi-rae dengan menyebutnya sebagai sosok perempuan yang melakukan operasi.

“Tetap ada yang *judge*, tapi, ya, mungkin karena Gangnam Beauty *tuh* yang diubah semuanya. Karena *kalo* di Korea juga kan anak-anaknya kalo ulang tahun juga dikasih kadonya operasi plastik gitu. Jadi, menurutku di Korea masih banyak pro kontra tapi diterima” (informan RU, 2019).

Di Korea Selatan, pemerintah negara tersebut tampak ragu-ragu tentang manfaat bedah kosmetik, gerakan hak-hak perempuan menyuarakan implikasi negatifnya, sedangkan masyarakat atau publik menganggap modifikasi tubuh melalui cara medis merupakan investasi yang berharga dan dapat dipahami. Kendati demikian, masyarakat atau publik tetap menarik batas tegas antara kecantikan alami dan kecantikan hasil bedah kosmetik. Publik di Korea Selatan menempatkan kecantikan alami sebagai sesuatu yang superior (Holliday & Elfving-Hwang, 2012).

Informan El mengatakan, batasan kecantikan alami sebagai sesuatu yang superior ditunjukkan oleh karakter Hyun Soo-ah. Hyun Soo-ah merepresentasikan sosok perempuan cantik yang menilai dirinya lebih tinggi dibandingkan yang lain. Dalam sebuah adegan, Soo-ah menunjukkan sikap bahwa kecantikannya yang alami lebih bernilai dibandingkan perempuan yang cantik karena operasi plastik. “Kayak si Soo-ah itu, ya, yang, ‘*lo cantik karena oplas, gue enggak*’” (informan El, 2019).

Menurut informan RU, penggambaran standar penampilan fisik tidak hanya muncul pada karakter perempuan dalam drama *My ID is Gangnam Beauty*, melainkan juga tokoh pria melalui karakter Do Kyung-seok yang diperankan oleh Cha Eun-woo. Standar ketampanan laki-laki, yakni tinggi, gagah, dan langsing.

Standar ketampanan pria pada industri hiburan korea, baik penyanyi pria K-pop maupun aktor K-drama, ditandai dengan pria androgini, yakni penampilan wajah yang sangat feminim dan bentuk tubuh six packs, yang menjadi simbol kejantanan tradisional di media massa Barat. Standar inilah yang berhasil menarik minat penggemar perempuan di seluruh dunia (Oh, 2017).

Standar ketampanan yang dilabeli sebagai *kkonminam* (*flower boy*) atau yang disebut dengan maskulinitas ‘lembut’ (*soft masculinity*) ini muncul setelah citra pria *macho* dengan kekuatan fisik dan finansial menjadi tidak populer setelah krisis ekonomi tahun 1997 (Maliangkay, 2014). Di industri hiburan, representasi pria lebih lembut, pendengar yang lebih baik, dan berpakaian bagus serta masih menjanjikan kekuatan fisik dan mental meningkat sejak awal tahun 2000-an dengan kepopuleran drama romantis seperti *My Girl* (2005), *The 1st Coffee Shop Prince* (2007) dan *Boys Over Flowers* (2009). *Soft masculinity* ini menyingkirkan definisi ‘pria jantan’

(*namjadaun namja*) yang dikaitkan dengan gagasan tentang maskulinitas militer dan sebelumnya mendominasi wacana publik Korea (Elfving-hwang, 2014). Representasi pria maskulinitas ‘lembut’ ini, yakni tidak akan menghindar dari aktivitas rumah tangga, menggunakan alas bedak, *lip-gloss*, memiliki gaya rambut yang rapi, tertarik pada mode dan mengenakan pakaian modis, termasuk pakaian berwarna cerah dan aksesoris (Elfving-hwang, 2014; Maliangkay, 2014).

Namun, drama ini merepresentasikan bahwa perempuan harus cantik fisik dan juga baik hati, sedangkan laki-laki yang sudah memiliki ketampanan dengan standar tertentu boleh memiliki sikap tidak ramah. “Kayak Cha Eun-woo meski karakternya dia jutek, tetapi wajahnya ganteng” (informan RU, 2019).

Kendati demikian, para penonton mengapresiasi langkah pembuat drama yang tidak menampilkan wajah Kang Mi-rae sebelum operasi. Dengan demikian, tidak ada penilaian wajah seperti apa yang dianggap jelek.

“Takutnya memicu perdebatan *gak sih*. Jadi, orang-orang yang *nonton kayak*, ‘Oh jadi standar kejelekan di *Korean drama* tuh begini ya?’” (informan El, 2019). “Kalau *diliatin sih* kasihan pemerannya, ya. Kasihan nanti dia diejek-ejek juga sama penontonnya” (informan RSK, 2019).

Kritikan lain dari penonton remaja ini, yakni karakter perempuan yang membutuhkan laki-laki untuk mengembangkan kepercayaan dirinya. Kang Mi-rae melakukan operasi plastik yang mengeluarkan biaya mahal, tetapi membutuhkan laki-laki untuk menerima diri apa adanya. Kisah cinta keduanya dalam drama inilah yang membangkitkan kepercayaan diri Kang Mi-rae terhadap penampilannya.

Informan El menerangkan drama ini menggambarkan bahwa penggambaran perkembangan penerimaan diri Kang Mi-rae juga berkaitan dengan kehadiran Do Kyung-seok. Informan El bahkan menyatakan drama ini seolah ingin menggambarkan bahwa terkait masalah percintaan maka perempuan perlu mencari laki-laki seperti Do Kyung-seok.

“Terus dia ketemu sama si cowoknya si Do Kyung-seok *kan*. Dia *kayak pede*. Terus, *temen-temennya* semacam suportif gitu. Temennya yang satu indekos” (informan El, 2019).

Selain itu, tokoh Do Kyung-seok menjadi serupa mitos ‘pangeran berkuda’ yang datang menyelamatkan hidup putri dalam kisah putri kerajaan. Tokoh Do Kyung-seok merupakan pria berwajah sesuai standar ketampanan tertinggi di Korea Selatan. Ini

digambarkan dengan karakter dalam drama, baik perempuan dan laki-laki, yang menyukai dan mengagumi ketampanan Do Kyung-seok.

Para penonton remaja menilai penggambaran tokoh yang tampan, baik, dan tertarik sebelum si perempuan menjalani operasi plastik tidak realistik. Tidak ada pangeran tampan di dunia nyata yang tertarik dengan perempuan yang biasa-biasa saja atau bahkan dianggap jelek bagi standar masyarakat. “Enggak, hahaha. Enggak banget. Ada, tapi susah banget. Satu di antara berjuta-juta manusia” (informan DAM, 2019).

Tokoh Do Kyung-seok yang seperti pangeran menyelamatkan perempuan dengan kehidupan yang menyedihkan merupakan realita yang hanya terjadi dalam khayalan, fiksi, atau drama. Realitas sesungguhnya tidak ada laki-laki menyukai perempuan tanpa melihat penampilan fisiknya tidak ada di dunia nyata.

“Cowok yang *ganteng banget kayak Chanwoo* terus ketemu sama cewek yang penampilannya berubah 180 derajat *tuh ada gak sih sebenarnya*. Bisa jatuh cinta sama dia. Terus sebelum operasi plastik pernah *ketemu kan* sama dia. Jadi, mungkin *gak sih*? Satu banding berapa kali, apalagi di Korea. Ya, *enggak tau sih sebenarnya* kehidupan di Korea *kayak gimana*” (informan RU, 2019).

Menurut penonton penggambaran tokoh ini membuat mereka menyadari bahwa drama Korea ini berada di lingkungan industri sehingga membutuhkan sesuatu yang menarik minat masyarakat untuk menonton. Salah satu cara menarik minat penonton adalah dengan menghadirkan pemeran-pemeran yang tampan dan menghadirkan romansa di antara kedua tokoh. Sebagian besar remaja menonton televisi karena tampilan fisik tokohnya (Javellana, 2014).

Cerita yang masih memfokuskan pada perempuan membutuhkan laki-laki untuk menyelamatkan hidupnya menunjukkan drama Korea ini mengikuti kisah-kisah putri dan pangeran yang diproduksi oleh Disney. Kebanyakan dari putri Disney ditulis sebagai putri yang perlu diselamatkan dari 'penyihir jahat' dan kemudian jatuh cinta dengan pangeran menawan. Misalnya, Putri Salju membutuhkan seorang pria untuk menyelamatkannya dan memberikannya kehidupan dan Cinderella keluar dari sosok perempuan yang menggosok lantai dan memasak berkat pangeran tampan. Cerita-cerita ini menghasilkan ide naif bahwa perempuan sabar, patuh, dan subordinasi akan diselamatkan oleh pria impian mereka (Maity, 2014).

Sementara informan RSK dan DAM sepakat bahwa tidak ada tokoh seperti Do Kyung-seok di dunia ini. Realitas laki-laki menyukai perempuan tanpa melihat

penampilan fisiknya tidak ada di dunia nyata. Realitas seperti itu hanya menjadi bahan untuk menarik minat menonton drama ini. Para penonton berpendapat kisah operasi plastik dalam percintaan ini pun membuat tema yang diangkat dalam *My ID is Gangnam Beauty* tidak kontroversial. Sebab, fokus cerita sebenarnya tetap pada percintaan, kehidupan pertemanan, dan aktivitas di kampus.

“Sama aja sih sama drama remaja. Karena unsur *romance*, *campus life*, ketemu *cowok* ganteng. Terus ada orang yang *fake*” (informan El, 2019).

Cerita dalam drama Korea bergenre romantis ini memberikan pelarian sementara ke dalam fantasi yang menarik dan romantis sehingga penggemar dapat mengalami kepolosan dan rasa hormat, akhir yang bahagia, serta menonton pria tampan yang feminim sekaligus perhatian (Lee, 2018).

Pemaknaan remaja mengenai drama Korea “*My ID is Gangnam Beauty*” ini menunjukkan keaktifan mereka menerjemahkan atau ‘membaca’ isi pesan yang disampaikan. Ketika penonton remaja menonton drama, ia tidak hanya sekadar menyaksikan melainkan juga secara aktif terlibat dalam konten yang ditayangkan. Keterlibatan ini di antaranya memaknai berbagai pesan yang ditayangkan oleh drama Korea. Pemaknaan ini juga menunjukkan remaja sebagai bagian dari warga memiliki partisipasi aktif terkait dengan konten media massa (Zajc, 2015).

Pemaknaan para penonton mengenai pesan operasi plastik dalam drama Korea *My ID is Gangnam Beauty* tidak datang dari ruang hampa. Penonton menginterpretasi ini melalui pengetahuan mereka mengenai nilai-nilai masyarakat di Indonesia dan Korea Selatan. Penonton berinteraksi dengan budaya populer di Korea Selatan membuat mereka memiliki pemahaman tentang kultur operasi plastik di Korea Selatan.

Informan DAM menjelaskan masyarakat di Korea Selatan mengijinkan adanya operasi plastik. Ia mendapatkan pengetahuan ini dari interaksinya dengan teks-teks terkait KPop. Operasi plastik menjadi stereotip di industri musik Korea (KPop). Interaksi dengan teks-teks KPop ini juga membuatnya geram ketika idola KPop diidentifikasi dengan budaya operasi plastik oleh orang Indonesia secara umum. Sebab, anggapan tersebut tidak sepenuhnya benar karena tidak semua idola melakukan operasi plastik.

“Mereka (orang Indonesia yang bukan penggemar KPop) *ngecap* rata semua warga Korea itu operasi plastik. Padahal *kan enggak* semua. Aku sampe pernah

berantem di media sosial, cuma *enggak pake* bahasa yang kotor gitu. Akhirnya akun aku di-block" (informan DAM, 2019).

Para penonton juga memaknai My ID is Gangnam Beauty berdasarkan pengalaman mereka mendapatkan penilaian atau bahkan penghakiman mengenai penampilan dari orang-orang sekitar, dan pengalaman dengan perundungan, stereotip masyarakat Indonesia secara umum mengenai operasi plastik, dan pendapat mereka tentang cantik. Posisi negosiasi penonton dalam pemakaian terhadap operasi plastik drama Korea "My ID is Gangnam Beauty" ini muncul sebagai perlawanan terhadap masyarakat Indonesia yang memiliki konstruksi soal cantik, menetapkan batasan cantik, mewajarkan celaan terhadap fisik, dan melarang operasi plastik.

Informan El mengatakan masyarakat di Indonesia masih akan menghakimi orang yang operasi plastik. Berdasarkan pengalaman informan El membaca komentar di media sosial, orang menilai tindakan operasi plastik berdasarkan agama. Informan RU juga menilai stigma buruk operasi plastik datang karena masyarakat yang agamis sehingga operasi plastik akan membuat orang berdosa karena tidak lagi memiliki penampilan dari lahir. Masyarakat yang agamis berpandangan bahwa manusia tidak boleh mengubah apa yang sudah diberikan oleh Tuhan.

Penonton remaja menilai masyarakat di Indonesia tidak bakal menerima tindakan operasi plastik. Penilaian bahwa masyarakat Indonesia tidak bisa menerima ini dari stereotipe orang-orang sekitar mereka terhadap idola asal Korea Selatan yang kerap dilabeli sebagai 'plastik'. "*Enggak open-minded gitu kan*" (informan DAM, 2019).

Penonton remaja mengatakan meski tidak mengijinkan operasi plastik, masyarakat di Indonesia tetap menerapkan standar soal cantik sehingga memunculkan celaan soal fisik. Informan RSK dan DAM mengaku pernah mengalami celaan fisik meski tidak sampai ada perundungan yang membuat keduanya tidak memiliki teman.

"Karena aku *ngalamin* sendiri. Dari SD sampe sekarang entah kenapa orang yang *gak* kenal aku, kayak takut gitu. Padahal aku, ya, *kalo* mau *temenan*, ya *temenan*. Mungkin mereka takut karena pikiran mereka aku gendut, kuat, terus *nakutin* gitu. Pernah *dikatain*. Sering. Tapi ya aku lawan, 'Ya udah sih. Kenapa masalahnya? Orang hidup *gue*, kenapa *lo ngurusin* juga gitu. Yang penting *gue* bahagia,' hahaha" (informan DAM, 2019).

Informan RSK dan DAM menilai celaan fisik ini menunjukkan masyarakat di Indonesia sebenarnya tidak berbeda dengan masyarakat di Korea Selatan yang

memiliki standar soal kecantikan. Standar cantik di Indonesia, yakni tidak gendut atau langsing, putih, dan tinggi.

Informan RU mengatakan standar cantik di Indonesia, yakni berkulit putih, berambut panjang dan lurus. Namun, informan RU mengatakan perempuan tidak harus sesuai dengan standar cantik masyarakat. “*Enggak dong. Ntar susah kalo ngikutin* standar masyarakat. Susahnya kayak kalo harus *ngikutin kayak* tadi, harus putih, harus tinggi, itu susah. *Kayak penggambaran di iklan-iklan*” (informan RU, 2019).

Menurut informan RSK dan DAM, cantik bukan hanya terkait fisik, melainkan juga kepribadian, pikiran, dan omongan. Cantik juga bukan hanya berdasarkan anggapan orang bahwa diri ini cantik, melainkan juga menerima diri sebagai sosok yang sempurna.

“Karena persepsi orang kan beda-beda *kalo* ada yang cantik. Ada yang bilang cantik itu dari dalam. Ada yang mereka *ngeliat* dari luar *doang* yang dibilang cantik. Kebanyakan orang Korea *mandang* muka itu harus cantik demi pekerjaan. Makanya banyak yang operasi plastik demi mendapatkan pekerjaan. Mereka operasi lipatan mata. Cantik itu *gak* harus muka, tapi kelakuan juga harus. *Kayak* punya etika baik, jaga etika, *gitu*. Ucapan juga termasuk. Entah itu cewek atau cowok, yang penting punya jalan masing-masing. Kayak, ‘Gue cakep dengan cara gue sendiri. Jangan mandang dari orang lain.’” (informan DAM, 2019).

Pemaknaan audiens terhadap konten media tidak bisa dilepaskan dari konteks historis dan juga relasi kuasa dalam produksi makna dalam kehidupan sehari-hari. Pemaknaan penonton ditentukan oleh posisinya sebagai warga, khususnya terkait dengan status sosial seperti gender, kelas, dan etnis. Inilah yang kemudian membuat audiens tidak bisa melepaskan relasi kuasa dalam pemaknaan teks media massa (Hermes, van den Berg, & Mol, 2013).

## E. Kesimpulan

Penonton menyadari bahwa teks drama Korea merupakan cara industri di Korea Selatan untuk mengampanyekan operasi plastik dan standar kecantikan tertentu. Kendati demikian, penonton juga menginterpretasikan bahwa drama Korea ini melawan upaya mendikte penerimaan atas tubuh, sebagaimana berlaku di Indonesia. Penonton menginterpretasi ini melalui pengetahuan mereka mengenai nilai-nilai masyarakat di Indonesia dan Korea Selatan, pengalaman mereka mendapatkan penilaian atau bahkan penghakiman mengenai penampilan dari orang-orang sekitar,

dan interaksi dengan idola-idola KPop. Satu-satunya bentuk kritik penonton terhadap drama Korea ini adalah tokoh yang tampan, baik, dan tertarik dengan perempuan sebelum operasi plastik karena mereka menilai penggambaran ini tidak realistik.

Pemaknaan negosiasi penonton remaja perlu dilihat pada latar belakang teks. Drama Korea “My ID is Gangnam Beauty” merupakan teks impor dari negara lain yang masuk ke Indonesia. Teks ini memuat nilai-nilai yang sesuai dengan Korea Selatan, dan kemungkinan berbeda dengan Indonesia. Bagi penonton remaja, pesan soal penerimaan tubuh dan operasi plastik merupakan pesan yang membuka wawasan dan pikiran. Namun, pemaknaan teks akan berbeda bagi penonton remaja dari negara dengan karakteristik yang berbeda dengan Indonesia dan dari kota yang bukan metropolitan seperti Jakarta.

### Daftar Pustaka

- Bae, Y., & Joo, Y. M. (2020). The Making of Gangnam: Social Construction and Identity of Urban Place in South Korea. *Urban Affairs Review*, 56(3), 726–757. <https://doi.org/10.1177/1078087419827645>
- BKKBN. (2019). Kalau Terencana, Semua Lebih Indah. Retrieved July 18, 2019, from <https://www.bkkbn.go.id/detailpost/kalau-terencana-semua-lebih-indah%0A2019>
- Briandana, R., & Azmawati, A. A. (2020). New media audience and gender perspective : A reception analysis of millenials interpretation. *International Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 6(1), 58–63.
- Briandana, R., & Ibrahim, I. S. (2015). Audience interpretation on Korean TV drama series in Jakarta. *Jurnal Komunikasi Borneo*, 4(January 2015), 56–75.
- Elving-hwang, J. (2014). The Aesthetics of Authenticity : Corporate Masculinities in Contemporary South Korean Television Dramas. *Asia Pacific Perspectives*, 15(2).
- Griffin, E. . (2012). *A First Look of Communication Theory*. McGrawh Hill.
- Hall, S. (2006). Encoding/Decoding. In M. G. D. Durham & D. M. Kellner (Eds.), *Media and cultural studies: keywords* (pp. 163–173). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Hermes, J., van den Berg, A., & Mol, M. (2013). Sleeping with the enemy: Audience studies and critical literacy. *International Journal of Cultural Studies*, 16(5), 457–473. <https://doi.org/10.1177/1367877912474547>
- Holliday, R., & Elving-Hwang, J. (2012). Gender, Globalization and Aesthetic Surgery in South Korea. *Body and Society*, 18(2), 58–81. <https://doi.org/10.1177/1357034X12440828>
- Im, E. (2018). ‘My ID is Gangnam Beauty’ to be more than just lovey-dovey campus romance. Retrieved March 29, 2019, from <http://m.koreaherald.com/amp/view.php?ud=20180726000755>
- J.K. (2018). Winners Of The 2018 Korea Drama Awards. Retrieved September 29, 2019, from <https://www.soompi.com/article/1239643wpp/winners-2018-korea-drama-awards>

- Javellana, G. M. (2014). Influence of Media on Body Image Satisfaction among Adolescents. *Asia Pacific Journal of Education, Arts and Sciences* |, 1(1), 95–101. Retrieved from <http://apjeas.apjmr.com/wp-content/uploads/2014/04/APJEAS-2014-1-024.pdf>
- Kita, N., & Sullivan, L. (2018). The History of Plastic Surgery: The Story of An Ancient Healing Art. Retrieved September 20, 2019, from <https://www.verywellhealth.com/the-history-of-plastic-surgery-2710193>
- Lee, H. (2018). A 'real' fantasy: hybridity, Korean drama, and pop cosmopolitans. *Media, Culture and Society*, 40(3), 365–380. <https://doi.org/10.1177/0163443717718926>
- Lin, A. M. Y., & Tong, A. (2007). Crossing boundaries: Male consumption of Korean TV dramas and negotiation of gender relations in modern day Hong Kong. *Journal of Gender Studies*, 16(3), 217–232. <https://doi.org/10.1080/09589230701562905>
- Mahartika, L. (2019). 3 Fakta My ID Is Gangnam Beauty, Drama Korea yang Tayang di Televisi Tanah Air. Retrieved September 3, 2019, from <https://hot.liputan6.com/read/3943468/3-fakta-my-id-is-gangnam-beauty-drama-korea-yang-tayang-di-television-tanah-air>
- Maity, N. (2014). Damsels in Distress: A Textual Analysis of Gender roles in Disney Princess Films. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(10), 28–31. <https://doi.org/10.9790/0837-191032831>
- Maliangkay, R. (2014). Catering to the Female Gaze: The Semiotics of Masculinity in Korean Advertising. *Situations: Cultural Studies in the Asian Context*, 7(Winter), 43–61.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenada Media.
- Nanu, C., Tăut, D., & Băban, A. (2004). Why Adolescents Are Not Happy With Their Body Image? *Analize - Journal of Gender and Feminist Studies, New Series*(2), 1–20. Retrieved from <http://www.analize-journal.ro/library/files/baban.pdf>
- Oh, I. (2017). From localization to glocalization: Contriving Korean pop culture to meet glocal demands. *Kritika Kultura*, 2017(29), 157–167. <https://doi.org/10.13185/KK2017.02907>
- Saputri, N. N. (2018). Rating Tinggi Sampai Akhir, Berikut 3 Alasan Publik Terus Menonton Drama My ID is Gangnam Beauty. Retrieved September 3, 2019, from <https://www.grid.id/read/04938648/rating-tinggi-sampai-akhir-berikut-3-alasan-publik-terus-menonton-drama-my-id-is-gangnam-beauty?page=2>
- Sari, S. P. (2018). Deretan Pemenang ITA 2018, Cha Eun-woo Raih Person of the Year. Retrieved September 3, 2019, from <https://www.inews.id/lifestyle/film/deretan-pemenang-ita-2018-cha-eun-woo-raih-person-of-the-year>
- Shaw, A. (2017). Encoding and decoding affordances: Stuart Hall and interactive media technologies. *Media, Culture and Society*, 39(4), 592–602. <https://doi.org/10.1177/0163443717692741>
- Thomas, M. L. (2012). Sick/beautiful/freak: Nonmainstream body modification and the social construction of deviance. *SAGE Open*, 2(4), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2158244012467787>
- Tribunnews Pekanbaru. (2018). 5 Alasan Harus Nonton Drama Korea My ID is Gangnam Beauty. Retrieved March 7, 2019, from <https://pekanbaru.tribunnews.com/2018/08/30/5-alasan-harus-nonton-drama-korea-my-id-is-gangnam-beauty-cek-spoiler-episode-11-di-sini>

- Ulfa, M. (2019). Sinopsis My ID is Gangnam Beauty yang Tayang di TransTV Hari Ini. Retrieved September 20, 2019, from <https://tirto.id/sinopsis-my-id-is-gangnam-beauty-episode-16-yang-tayang-di-trans-tv-dnDB>
- Wong, K. Y. J. (2018). No More Taboo: Discursive tactics for navigating the taboo of cosmetic surgery. *Global Media and China*, 3(4), 271–296. <https://doi.org/10.1177/2059436418816649>
- Zajc, M. (2015). Social media, prosumption, and dispositives: New mechanisms of the construction of subjectivity. *Journal of Consumer Culture*, 15(1), 28–47. <https://doi.org/10.1177/1469540513493201>
- Zare, B., Javadi, F., & Naseri, S. (2014). Does It Make Me Beautiful ? A Focus Group Discussion on Cosmetic Surgery, 4(5), 126–132. <https://doi.org/10.5923/j.ijas.20140405.03>