

BAB 1

PENDAHULUAN

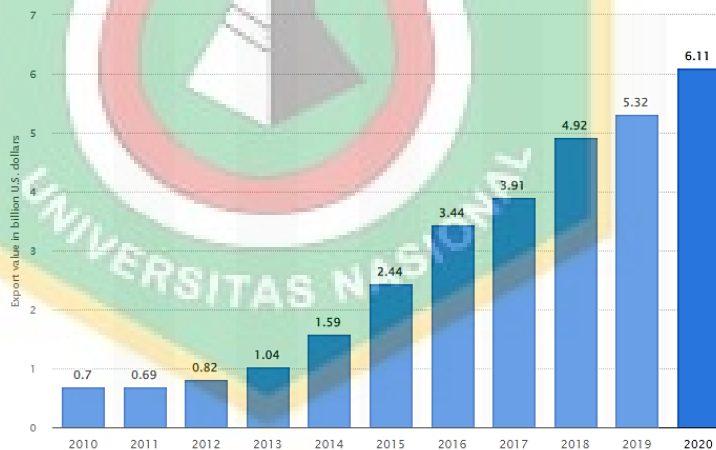
1.1 Latar Belakang

Tren merupakan segala sesuatu yang sedang dibicarakan, diperhatikan, dimanfaatkan atau digunakan oleh masyarakat. Ciri utama tren adalah menjadi pusat perhatian masyarakat. Pembuat tren ini biasanya adalah seseorang atau kelompok sosial yang memiliki kemampuan untuk membentuk atau menciptakan sesuatu yang dengan cepat menyebar dan diterima oleh masyarakat. *Trendsetter* merupakan seseorang yang memulai atau menciptakan tren baru dalam pakaian, riasan dan sebagainya. *Trendsetter* berawal dari sebuah ide yang muncul dari seseorang lalu direalisasikan dan diperlihatkan kepada masyarakat untuk bersaing dengan ide atau gagasan lain di masyarakat. Ide yang paling cocok akan menjadi pusat perhatian bahkan digunakan oleh masyarakat umum. (Vejlgaard,2008)

Beberapa tahun terakhir tren *K-beauty* menjadi populer di dunia. *K-beauty* merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk merepresentasikan tren kecantikan Korea. *K-beauty* terbagi ke dalam kecantikan rambut, kulit, kuku, rias wajah dan produk kosmetik (Chung dan Hyun, 2020). Contohnya seperti saat ini, tren riasan wajah tokoh yang diperankan oleh Kim Sejeong dalam drama Korea yang berjudul "*A Business Proposal*". Drama ini meraih rating tertinggi (11,6%) dan masuk ke dalam Top 10 (sepuluh) daftar serial Netflix yang paling banyak ditonton (Non-Bahasa Inggris) di 34 (tiga puluh empat) negara selama tiga minggu berturut-turut

periode 28 Maret - 3 April 2022. Karakter yang di perankan Kim Sejeong ini memakai riasan dengan tema *dark and smoky eye* menjadi tren baru pada *Korean make up*. Riasan ini menjadi pusat perhatian.

Menurut Na Sung Min selaku Strategic Marketing Leader PT Cosmax Indonesia dalam Kompas.com terdapat beberapa faktor mengapa *K-beauty* sangat diminati oleh banyak orang yaitu keterjangkauan harga produk, inspirasi *make up skincare* dari idola Korea dan kebutuhan produk yang aman dan sehat untuk kulit. Susanti Kesara selaku *Brand Director Barenbliss (BNB)* juga mengatakan bahwa produk kosmetik Korea selalu menawarkan varian *make up* yang dinamis dan *fashionable*. Tjoe dan Kim (2016) mengatakan bahwa pengaruh pop Korea budaya hingga gaya hidup masyarakat Indonesia terlihat dari semakin banyaknya produk impor Korea ke Indonesia sejak 2010, termasuk produk kecantikan Korea.

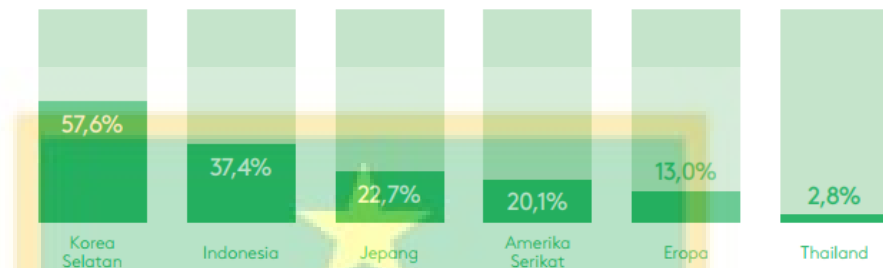


Grafik 1.1: Ekspor produk *K-beauty* tahun 2010-2020

Sumber: Statistika.com (2021)

Menurut data statistika.com yang dirilis pada Juni 2021, nilai ekspor produk *K-beauty* ke seluruh dunia dari tahun 2010 hingga 2020 mengalami kenaikan. Pada tahun 2020, nilai ekspor produk *K-beauty* mencapai sekitar 6,11 miliar dolar AS.

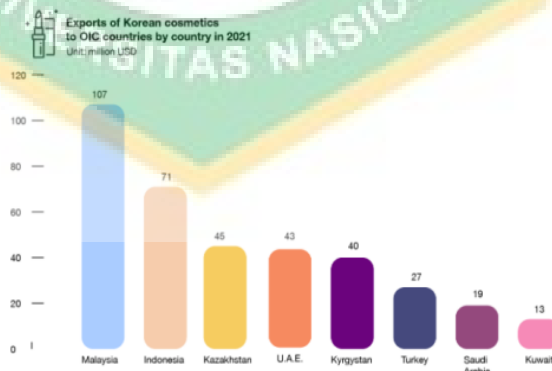
Pada tahun 2021 ekspor produk *K-beauty* meningkat sebanyak 13,6% dibandingkan tahun 2020. Sebuah penelitian dari Allied Market Research memperkirakan penjualan produk *K-beauty* akan meningkat pada tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 9% pada tahun 2027.



Grafik 1.2: Asal negara produk kosmetik favorit di Indonesia

Sumber: ZAP Beauty Index (2020)

Pada tahun 2019, ZAP Clinic bersama MarkPlus.Inc melakukan survei yang dilakukan kepada 6.460 wanita di berbagai daerah di Indonesia dengan rentang usia 13-65 tahun mengenai kecantikan. Data tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 57,6% wanita Indonesia memilih produk kosmetik yang berasal dari Korea Selatan adalah produk kosmetik favoritnya.



Grafik 1.3: Negara importir produk *K-beauty* terbanyak

Sumber: Salaamgateway.com (2022)

Korea Selatan adalah salah satu pasar kecantikan yang paling cepat berubah di dunia selalu memperkenalkan inovasi terbaru. Berdasarkan wilayah, pasar terbesar produk *K-beauty* adalah Asia Tenggara sebesar 45% atau 179 juta dolar AS. Indonesia masuk sebagai negara kedua sebagai importir produk K-beauty terbanyak dengan total 71 juta dolar AS.

Tren *K-beauty* tidak bisa lepas dari kesuksesan *K-drama* dan *K-pop* karena telah membuat para penggemar tertarik dengan kecantikan idola Korea. Sehingga mereka berniat untuk menggunakan produk kecantikan serupa. Maka dari itu, orang-orang mulai mencari tahu produk kosmetik apa saja yang dipakai idolanya dan bagaimanakah cara memakai riasan ala Korea. Hal ini secara tidak langsung mengubah perilaku masyarakat khususnya dalam *make up* atau *fashion* menjadi mengarah ke Korea Selatan.

Blackpink merupakan *girl-group* Korea Selatan paling populer di dunia saat ini. Salah satu anggotanya yaitu Jennie sering disebut *trendsetter* dunia. Jennie terkenal dengan gaya pakaian dan riasan yang selalu menjadi daya tarik masyarakat. Sehingga *brand fashion Chanel* menjadikan Jennie sebagai duta global mereka sejak Maret 2019. Pihak *Chanel* mengatakan bahwa Jennie merupakan seorang *trendsetter* dan memiliki kemampuan untuk mengubah citra suatu merek. Penampilan khas Jennie membuatnya menjadi seorang *trendsetter*. (Hazel Mangurali, 2022 <https://440industries.com/blackpink-case-study-the-faces-of-luxury-fashion/>)

Budaya kecantikan Korea Selatan sudah ada sejak zaman dinasti kuno hingga berkembang pada era globalisasi yang mana terus memberikan efek lain bagi perubahan sosial-budaya negara, seperti memunculkan dampak baru terhadap dunia

kecantikan dan telah mendominasi kalangan wanita di kawasan Asia (Kumalasari, Endar.2021). Beberapa artikel mengungkapkan bahwa orang Korea sejak dahulu sangat peduli dengan kulit. Hingga saat ini, Korea Selatan selalu melakukan perkembangan dalam hal perawatan kulit. Menurut masyarakat tradisional Korea, kosmetik bukan hanya untuk tampilan luar tetapi juga kecantikan dari dalam. Hal ini dikarenakan masyarakat Korea pada masa itu percaya bahwa penampilan yang baik dapat mempengaruhi jiwa seseorang juga dan sebaliknya. Hal ini tidak hanya berlaku bagi wanita tetapi juga pria.

Pada saat itu terdapat sebuah ideologi yang berbunyi *yeongyook-il-chisasang* (영육일치사상) yang berarti “di dalam tubuh yang indah terdapat jiwa yang indah.” Oleh karena itu, masyarakat Korea menganggap bahwa kecantikan fisik sangatlah penting. Mereka selalu menjaga kebersihan dan keindahan rambut, tubuh dan wajah. (Asia Society, 2022 <https://asiasociety.org/korea/history-korean-beauty-part-1-silla-dynasty>)

Salah satu parameter kecantikan Korea di era kerajaan adalah *gisaeng*. *Gisaeng* merupakan seorang/sekelompok wanita yang dilatih sejak dini untuk menjadi seniman profesional. *Gisaeng* pertama kali muncul pada masa Kerajaan Goryeo (918-1392) hingga masa pendudukan Jepang (1910-1945). *Gisaeng* sering disebut sebagai kelompok sosial terkemuka dari Dinasti Joseon (1392-1897). Pada Dinasti Joseon, *gisaeng* dianggap sebagai pejabat pemerintah karena mereka memiliki banyak kesempatan untuk berbaur dengan kaum bangsawan (*yangban*). Untuk menjadi seorang *gisaeng* diperlukan kecerdasan dan penampilan yang sangat rupawan. *Gisaeng* dilatih untuk mengembangkan bakat yang mereka miliki dalam bidang seni seperti menulis puisi, kaligrafi, menari, dan menyanyi. Pakaian dan riasan wanita Korea sejak periode tiga kerajaan tidak banyak berubah. Namun

pakaian dan riasan wanita untuk *gisaeng* mengalami perubahan besar pada masa Kerajaan Joseon. (Asia Society, 2022 <https://asiasociety.org/korea/history-korean-beauty-part-4-gisaeng-forgotten-artists>)

Salah satu kriteria untuk menjadi seorang *gisaeng* adalah penampilan. Seorang *gisaeng* harus pandai merawat tubuh dan berpenampilan sangat indah. Dimulai dari bajunya yang memiliki pola dan warna mencolok dibanding *hanbok* lain dan rambut panjang yang dihiasi dengan beberapa aksesoris. Gaya berpakaian dan riasan *gisaeng* menjadi mode trendi kecantikan dan mempengaruhi gaya berpakaian masyarakat Korea secara umum mulai dari kelas sosial pekerja hingga bangsawan. Menurut Profesor Shin yang merupakan seorang ahli penelitian *gisaeng* mengatakan bahwa para *gisaeng* disebut sebagai *trendsetter* dimana para *gisaeng* tidak hanya pemimpin mode, tetapi mereka juga dengan cepat menerima budaya baru. (Son Hyo Rim, 2011 <https://www.donga.com/news/article/all/20110612/37974692/1>)

Gisaeng yang sangat terkenal pada era Joseon adalah Hwang Jin Yi. Hwang Jin Yi merupakan seorang *gisaeng* yang sangat mahir menari, menulis kaligrafi dan menulis *sijo* (puisi tradisional Korea). Hwang Jin Yi memiliki nama *gisaeng* *Myeongwol* atau yang berarti Bulan yang terang. Dia dikenal memiliki jiwa yang bebas dan kepribadian yang kuat. Hwang Jin Yi lahir di Kota Songdo dan dididik oleh So Kyongdok seorang sarjana Konfusianisme terkenal. Puisi Hwang Jin Yi mencerminkan perpaduan nilai-nilai tradisional dan persepsi diri yang mendalam. Hingga saat ini, Hwang Jin Yi masih menjadi penyair wanita terpopuler dari Joseon. Hwang Jin Yi menjadi ikon budaya yang dihormati dan juga sudah menjadi banyak subjek novel, drama televisi, opera, bahkan film. (James Blake, 2021 <https://www.medievalists.net/2021/04/hwang-jini/>)

Ada total 6 (enam) film maupun drama Korea yang mengangkat kisah tentang Hwang Jin Yi. Film maupun drama yang mengangkat kisah tentang Hwang Jin Yi adalah drama Hwang Jin Yi (1957) diperankan oleh Kim Bong Do, drama The life of Hwang Jin Yi (1961) diperankan oleh Kang Suk Hee, drama Hwang Jin Yi's first love (1969) diperankan oleh Kim Ji Mi, film Hwang Jin Yi (1986) yang diperankan oleh Jang Mi Hee, drama Hwang Jin Yi (2006) diperankan oleh Ha Ji Won, dan film Hwang Jin Yi (2007) yang diperankan oleh Song Hye Kyo. Banyaknya drama korea yang mengangkat tema tentang sejarah khususnya mengenai *gisaeng* menjadikan media yang sangat efektif dalam memperkenalkan dan merepresentasikan sejarah dan budaya Korea pada masa itu. Dari sekian banyaknya drama dan film yang mengangkat kisah Hwang Jin Yi, peneliti memilih drama Hwang Jin Yi yang diperankan oleh Ha Ji Won yang tayang pada tahun 2006, dikarenakan drama ini berfokus pada kehidupan Hwang Jin Yi sebagai seorang *gisaeng* pada masa itu. (Hong Soo Hyeon, 2006 <https://www.joongang.co.kr/article/2492175>)

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai peranan *gisaeng* sebagai *trendsetter* di Era Joseon yang direpresentasikan melalui drama Hwang Jin Yi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *gisaeng* menjadi pencetus awal *make up* dan *fashion* di Era Joseon?
2. Bagaimana representasi *gisaeng* sebagai pencetus awal *make up* dan *fashion* dalam drama Hwang Jin Yi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan peneliti maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk menelaah peran *gisaeng* sebagai pencetus awal *make up* dan *fashion* di Era Joseon.
2. Untuk mengetahui bagaimana representasi *gisaeng* sebagai pencetus awal *make up* dan *fashion* di dalam drama televisi Hwang Jin Yi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penulisan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bahasa dan budaya Korea khususnya mengenai *gisaeng*.

- 2) Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi bahan bantu memahami budaya Korea melalui media film khususnya dalam tema *gisaeng*.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa (Bogdan dan Taylor, 1975). Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan

gambaran/penjelasan tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam (Sofaer, 1999). Penelitian kualitatif mencari jawaban atas pertanyaan tentang cara munculnya pengalaman sosial sekaligus perolehan maknanya. Metode penelitian kualitatif lebih menekankan untuk mencari arti dan mengerti gejala, peristiwa, fakta, dan realita yang terjadi. Dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan (*Library Research*). Studi kepustakaan merupakan studi yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Sumber pustaka mengandung banyak prasangka atau titik pandangan orang membuatnya.

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data berdasarkan 13 (tiga belas) episode dari drama Hwang Jin Yi yang akan dianalisa dengan menggunakan teori Representatif Stuart Hall.

1.6 Sumber Data

Teknik pengumpulan data dalam penulisan ini menggunakan teknik dokumentasi dan studi kepustakaan. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu drama serial Korea yang berjudul “Hwang Jin Yi” yang disiarkan oleh KBS2 dengan total 24 (dua puluh empat) episode yang ditonton melalui platform Youtube dengan fokus observasi pada peranan *gisaeng* sebagai *trendsetter* pada masa Joseon. Dari 24 (dua puluh empat) episode dalam drama tersebut, peneliti hanya memilih 13 (tiga belas) episode berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan yaitu mengenai *gisaeng* sebagai *trendsetter* di era Joseon.

1.7 Sistematika Penyajian

Sistematika penyajian merupakan gambaran umum dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Sistematika penyajiannya terdiri dari empat bab yang dimana masing-masing bab memiliki beberapa subbab yang dapat membahas permasalahan secara rinci.

BAB I PENDAHULUAN Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sumber data dan sistematika penyajian.

BAB II KERANGKA TEORI Bab ini berisi penjabaran mengenai tinjauan pustaka, landasan teori dan keaslian penelitian. Pembahasan teori terbatas mengenai *trendsetter* dan teori Representatif.

BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN Bab ini menguraikan tentang temuan dan pembahasan Gisaeng sebagai seorang *trendsetter make up* dan *fashion* serta representasinya di dalam drama Hwang Jin Yi berdasarkan teori Representasi.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan terkait hasil dari penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.