

## BAB II

### PERFILMAN DI KOREA

#### A. Industri Film Di Korea

Munculnya film-film drama Korea yang ditayangkan di tanah air membuat perfilman Korea mengalami perkembangan yang pesat. Secara tak langsung membuat negara Korea menjadi terkenal akan industri perfilman di beberapa negara Asia seperti Indonesia. Ada beberapa film serial Korea yang sukses di layar kaca, seperti *Winter Sonata* dan *Endless Love*. Dua film serial ini telah berhasil menarik perhatian sebagian masyarakat Indonesia, bahkan beberapa bintang film tersebut telah menjadi idola di Indonesia.

Situasi di atas adalah sebagian kecil dari apa yang disebut *hallyu* istilah ini, bermakna pengaruh budaya modern Korea di negara-negara lain (Suryo dkk, 2005:115). Satu gambaran mudah untuk mengetahui apa yang disebut dengan *hallyu* adalah bisa disamakannya istilah ini dengan pengaruh Bollywood di beberapa negara Asia Tenggara, seperti Malaysia dan Indonesia. Mungkin terkesan terlalu dini untuk menyebut bahwa Indonesia sudah 'terhanyut' dalam *hallyu*. Tetapi bila dilihat lebih dalam, Indonesia ternyata tidak jauh berbeda dengan negara-negara Asia lain seperti China, Singapura, Taiwan, Malaysia, Thailand, Vietnam dan Jepang yang telah terkontaminasi oleh budaya Korea. Di Indonesia, misalnya, beberapa tahun terakhir ini masyarakat Indonesia telah mengenal merek-merek Korea seperti Samsung dan LG untuk produk

elektronik, berbagai macam merek mobil Korea sampai *magic-jar* bermerek *Yongma*. Berbagai penyewaan VCD dan DVD pun marak di berbagai pelosok negeri ini. Masyarakat Indonesia sudah begitu terbiasa dengan film-film Hollywood yang hampir menguasai rak-rak film di tempat-tempat seperti itu. Tetapi sejak beberapa tahun terakhir, selain film-film Mandarin dan India, ternyata film-film Korea juga telah mulai termasuk dalam jajaran film-film yang disewakan terlepas asli atau bajakan.

Hal di atas menandakan bahwa film-film Korea pun telah masuk ke dalam lingkaran film-film yang mulai diminati. Berhubungan dengan *hallyu*, fenomena ini dimulai dari negeri China daratan yang sejak tahun 2000 lalu mulai terpengaruh dengan industri perfilman dan musik Korea. Dipicu dengan diputarnya film dan lagu-lagu *group* musik Korea di China, terjadilah suatu perubahan yang dimotori oleh para remaja yang mulai meniru apa yang mereka lihat, dari pakaian sampai gaya rambut para penyanyi dan bintang film atau idola yang lagi terkenal.

Kemajuan perfilman Korea tidak luput dari campur tangan dari pemerintahnya yang sangat mendukung para sineasnya dalam berkarya. Misalnya pemerintah Korea membentuk sebuah komisi film, yaitu KOFIC (Korean Film Council). KOFIC ini diberi tugas untuk mempromosikan dan meningkatkan kualitas film-film Korea. Hal ini merupakan sebuah motivasi tersendiri bagi pembuat film di Korea untuk terus meningkatkan kualitas dan kuantitas.

Sejak tahun 1998 mulai menunjukkan tanda-tanda yang membaik, dalam arti banyak orang Korea yang mulai menyukai film-film nasionalnya. Preferensi masyarakat Korea untuk menonton filmnya sendiri bisa dilihat sebagai tanda bahwa menonton film buatan dalam negeri yang *box-office* telah menjadi semacam *social integrator* dalam kehidupan seseorang. Film dalam negeri yang sedang populer merupakan bahan percakapan yang umum. Hal yang sama pernah terjadi di Indonesia ketika film "Ada Apa dengan Cinta (AADC)" sukses luar biasa dengan banyaknya jumlah penonton.

Apa yang terjadi di Korea menggambarkan bahwa film Korea sebagai salah satu budaya pop telah membentuk suatu kebudayaan baru di masyarakat Korea. Dilihat dari kaca mata lain, perfilman Korea yang sedang *booming* di Asia telah menjadi sebuah cara dalam menaikkan gengsi negara Korea sendiri, mengingat tidak banyak negara yang berhasil menaklukkan penetrasi kekuatan Hollywood.

## **B. Situasi Budaya Pop Korea**

Ketika negara Korea lepas dari pendudukan Jepang, pemerintah Korea menerapkan larangan masuknya budaya Jepang. Impor musik dan film Jepang sangat sulit untuk masuk ke negara Korea. Hal ini disebabkan masih adanya rasa sentimen atas 35 tahun penjajahan Jepang di Korea di awal abad ke-20 (Anwar, 2008:19). Tetapi, ketika pemerintah Korea

Selatan mencabut larangan itu dan mulailah dengan apa yang disebut dengan maraknya pengaruh Jepang di Korea (Suryo dkk, 2005:116). Perlu juga diketahui bahwa walaupun selama masa itu larangan masuknya budaya Jepang ke Korea diberlakukan, tidak sedikit masyarakat Korea yang tetap bisa menerima dan menikmati berbagai produk budaya Jepang. Melihat kenyataan ini, Korea bisa dianggap tertinggal dalam hal terkena pengaruh Jepang pada tahun 90-an, karena negara-negara Asia lain termasuk Indonesia telah lama terbiasa atau terkena budaya pop atau modern Jepang, baik lewat film, musik, dan kartun.

Sejak dicabutnya larangan itu, situasi budaya pop Korea dalam hal ini musik, film, *fashion*, dan lain sebagainya, mulai terpengaruh lagi oleh Jepang. Kaum muda Korea menggandrungi apa pun yang berbau Jepang. Penjualan lagu-lagu Jepang, bahkan mengalahkan penjualan kaset dari penyanyi dalam negerinya. Film-film Jepang juga mulai mendapat hati di kalangan masyarakat Korea. *Game-game* dari Jepang pun juga mulai mendapatkan tempat di hati para remaja Korea. Hal yang menarik adalah apa yang mulai disukai oleh para remaja Korea itu adalah sesuatu yang masih banyak dibenci oleh kaum tua yang masih teringat pahitnya larangan menggunakan bahasa Korea dan hal-hal yang berbau Korea saat pendudukan Jepang dulu. Namun, terlepas dari itu semua mulai masuknya budaya Jepang dengan kebebasannya sedikit banyak juga telah mewarnai perubahan budaya pop Korea dalam hal ini musik dan film.

Merebaknya *hallyu* di negara-negara Asia Timur dan beberapa negara Asia Tenggara telah menunjukkan adanya aliran budaya dari Korea ke negara-negara tetangganya. Terlepas dari dampak panjang yang akan terus berlanjut, *hallyu* memang suatu fenomena tersendiri dalam dunia industri hiburan modern Korea. Dalam situasi dunia pada saat pertukaran informasi terjadi hampir tanpa halangan apa pun, Korea telah menjejakkan pengaruhnya di kawasan Asia.

Meluasnya *hallyu*, tidak bisa dilepaskan dari peran media massa yang secara sadar maupun tidak telah membantu terjadinya aliran budaya ini. Bahkan, bisa dikatakan bahwa dengan peran media massa *hallyu* memasuki semua sudut negara-negara Asia.

Perubahan yang dialami oleh industri budaya pop Korea, baik produk budaya televisi, film, maupun industri rekaman merupakan suatu fenomena yang menarik untuk dikaji. Sebagai sebuah negara yang banyak diperhitungkan kiprahnya di kawasan Asia, Korea tidak bisa begitu saja dilihat sebelah mata. Banyak hal yang bisa dipelajari dari fenomena itu, terutama bagaimana semua pihak di dalam negeri bersatu padu membuat fenomena tiba-tiba itu menjadi suatu komoditas yang berharga bagi bangsa. Pada titik inilah perlunya *Korean Studies* sebagai salah satu kajian yang mulai berkembang patut dipertimbangkan. Apabila selama ini kajian tentang budaya luar negeri sering dititikberatkan atau lebih condong kepada beberapa negara, misalnya Amerika atau Jepang sebagai referensi,

maka dengan lahirnya Korea sebagai kekuatan ekonomi Asia berikut produk-produk budayanya perlu juga mendapat perhatian.

Dengan semakin banyaknya produk budaya Korea yang secara sadar atau tidak telah menemani kehidupan masyarakat Indonesia dan memberikan perkembangan budaya. Baik dari film, produk maupun budaya Korea itu sendiri. Masyarakat Indonesia telah mengalami sebuah perkembangan referensi mengenai sebuah film yang ditawarkan Korea lewat film-film serial yang sering ditayangkan di tanah air.

### C. Boys Before Flowers dan Metrosexual

Serial drama Asia *Boys Before Flowers* memang sudah selesai masa tayangnya beberapa bulan lalu, tetapi dampak dari film tersebut masih terasa di Indonesia. Drama yang diadaptasi dari komik *Hana Yori Dango* (Jepang), memang diperuntukkan kaum hawa, karena film ini didominasi oleh cowok-cowok tampan, yang disukai para remaja perempuan. Film yang menceritakan tentang kekuatan cinta, indahnya persahabatan, juga kekeluargaan ini mendapat rating tinggi sebesar 36% (Tabloid Bintang Indonesia, edisi 976 tahun XIX Minggu Keempat Januari 2010). Hal yang menarik dalam film serial ini adalah penggambaran sosok laki-laki (F4) yang ideal adalah laki-laki yang lembut, tampan, berbadan sehat dan ramping, *fashion oriented*, dan sangat peduli terhadap penampilan.

Oleh karena itu, kemunculan tokoh F4 dalam serial ini sekaligus membuat sebuah identitas baru mengenai seorang laki-laki yaitu laki-laki *Metrosexual*. Sosok laki-laki dalam serial ini sangat peduli terhadap penampilan, hal ini terlihat dari *wardrobe* yang dipakai dalam serial ini merupakan *trend* baru di dunia *fashion*. Banyak sekali remaja yang meniru baik pakaian dan gaya rambut yang menyerupai pemeran F4 dalam serial tersebut.

Kehidupan *Metrosexual* yang digambarkan seperti mereka memiliki sebuah *club* tersendiri sebagai tempat komunitas mereka berkumpul. Hal ini merupakan ciri-ciri dari masyarakat urban yang memiliki gaya hidup modern untuk berinteraksi dengan komunitasnya. Secara tak langsung film serial *Boys Before Flowers*, menunjukkan kepada masyarakat bahwa kehidupan modern adalah seperti itu, ruang lingkup pribadi sangat diperlukan dan status sosial sangatlah penting. Bagi kaum *Metrosexual* kota-kota besar merupakan tempat tinggal yang nyaman dan cocok, karena di sanalah butik, tempat kebugaran, salon, *mall*, *cafe*, dan tempat hiburan lainnya berada. Gaya hidup inilah yang menjadikan laki-laki *Metrosexual* mengalami sebuah budaya baru di mana peran mereka sebagai laki-laki yang maskulin, sekarang ini tidak malu lagi menampilkan sifat feminim wanita. Oleh karena itu dengan adanya laki-laki *Metrosexual* peran wanita dan pria menjadi sama.

Kajian *Metrosexual* sangat erat kaitannya dengan konteks maskulinitas laki-laki, ketika berbicara mengenai konteks maskulinitas

di negara Korea. Dalam hal ini, konteks maskulinitas di negara Korea, memang terkesan tidak begitu diperhitungkan karena tidak jarang bagi laki-laki di Korea berdandan di depan umum, berpakaian dengan *design* yang tidak pada umumnya, dan bersikap lembut merupakan sesuatu yang biasa dan telah menjadi budaya ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com), diakses 20 Juli). Jadi dapat disimpulkan karakteristik laki-laki Korea, tidak terpaku oleh paham maskulinitas yang digambarkan seperti laki-laki itu kekar, berotot besar, dan berwajah sangar melainkan laki-laki yang berpandangan positif dan menghargai perbedaan pandangan. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa laki-laki di Korea tidak terpengaruh dengan pandangan masyarakat mengenai konstruksi laki-laki pada umumnya mereka dengan bebas berekspresi sesuai dengan keinginannya tanpa terhalang oleh konteks gender. Urusan penampilan merupakan suatu asumsi yang melekat pada kaum wanita, oleh karena itu apabila melihat anggapan tersebut di Korea menjadi luntur tidak hanya untuk wanita saja, melainkan telah menjadi urusan kaum laki-laki. Negara dengan maskulinitas tertinggi adalah Jepang, Austria, Venezuela, Itali, dan Swiss. Kecuali Jepang, negara-negara ini semuanya terletak di Eropa Tengah dan Karibia. Negara dengan nilai maskulinitas terendah adalah Swedia, Norwegia, Belanda, Denmark, dan Finlandia yang semuanya negara Skandinavia atau Amerika Selatan. Sedangkan negara Indonesia ditempatkan di urutan ke-30 dan Korea di urutan ke-41 (Hidayat dalam <http://katalog.pdii.lipi.go.id/index.php/> diakses 20 Juli 2010). Berdasarkan

hal tersebut menunjukkan bahwa maskulinitas laki-laki di Korea, tidak terpaku pandangan lama mengenai karakteristik pria seperti berwajah sangar dan tidak peduli akan kebersihan atau penampilan. Oleh karena itu, pandangan masyarakat korea terhadap sosok laki-laki bukanlah semata-mata mengenai kekuasaan dan emosinya saja melainkan cara pandang dan sikap menghargai perbedaan satu sama lainnya.

Pada tahun 2003, MarkPlus&Co mengadakan riset terhadap 400 orang laki-laki Indonesia dengan kisaran umur 20-40 tahun dengan hasil 15,7% dari mereka adalah laki-laki *Metrosexual*. Identifikasi ini didasarkan atas beberapa faktor seperti orientasi hidup, peranan, materialisme, dan ketertarikan terhadap *fashion*. Sebanyak 47,4% merupakan laki-laki konvensional, ditandai oleh menganut paham gender tradisional di masyarakat seperti wanita lebih terfokus mengurus rumah tangga dan laki-laki mencari nafkah. Sedangkan 36,9% merupakan tergolong *status oriented men*, maksudnya adalah laki-laki yang menghargai wanita dan setuju terhadap paham gender modern (Kertajaya, 2004:50).

Pria *metrosexual* adalah pria dengan maskulinitas baru yang mendobrak kode-kode maskulinitas lama. Mereka baru dalam hal emosi, di mana mereka tidak malu dalam menunjukkan sisi emosional dalam dirinya dalam hal memandang penampilan fisik. Penampilan fisik dianggap menjadi suatu hal yang penting di dalam kehidupan personal dan profesionalnya, maka hal tersebut harus diperhatikan dengan baik. Hal

ini bertentangan dengan nilai maskulinitas lama yang meyakini bahwa maskulinitas tidak peduli dan perhatian pada penampilan. Ciri memperhatikan penampilan inilah yang menjadi ciri mencolok dari laki-laki *metrosexual* dengan maskulinitas modernnya. Dalam film serial *Boys Before Flowers* yang dibahas, representasi laki-laki *metrosexual* digambarkan melalui pemeran F4 yang berpenampilan tampan, berkarakter lembut melalui ciri fisik (wajah), dan memiliki pandangan yang modern.

*Metrosexual* dengan leluasa masuk ke dalam wilayah feminin, di mana karakter ini dimiliki oleh kaum wanita. Tidak jarang masyarakat salah mengartikan mengenai hal ini dan selalu dikaitkan dengan kaum gay tetapi anggapan ini salah. Laki-laki *Metrosexual* tetaplah laki-laki sejati yang tidak ragu lagi menampilkan sisi femininnya yang membuat dirinya nyaman dan menjadi sebuah budaya baru yang terus berkembang. Tetapi jika kita bicara mengenai data lengkap, maka jawabannya tidak bisa kita pukul rata. Karena sampai sekarangpun tidak ada data akurat atau survey khusus yang mengatakan secara pasti jumlah pria yang rajin merawat tubuh dan wajahnya atau melakukan operasi plastik untuk memperbaiki penampilannya.

Beberapa tahun sebelumnya, bisa dikatakan hanya orang-orang homoseksual yang memperhatikan penampilan seperti cara berpakaian, pergi ke salon atau spa dan latihan rutin di tempat-tempat kebugaran untuk

membentuk badan. Sebaliknya, pria heteroseksual cenderung cuek dan tidak peduli dengan penampilan, tetapi zaman berubah. Pria-pria heteroseksual mulai senang memotret diri di depan cermin dan melakukan berbagai upaya untuk tampil keren, berpotongan rambut dengan rapih dan membentuk badan yang juga seksi.

#### D. Profil Boys Before Flowers



Gambar 2.1

Poster film serial *Boys Before Flowers*

#### 1. Tokoh Utama Film Serial Boys Before Flowers (F4)

a) Lee Min Ho sebagai Goo Joon Pyo



b) Kim Hyun Joong sebagai Yoon Ji Hoo



c) Kim Ki Bum sebagai So Yi Jung



d) Kim Joon sebagai Song Woo Bin

