

**FENOMENA “*THE KOREAN WAVE*”
KONSEP CITRA TUBUH DALAM FILM “*200 POUNDS
BEAUTY*” DAN DALAM TEOLOGI INJILI**

Tesis



Oleh:

**Teguh Pramono
NIM 50090259**

**Program Pasca Sarjana Fakultas Teologi
Universitas Kristen Duta Wacana
Yogyakarta
2012**

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul:

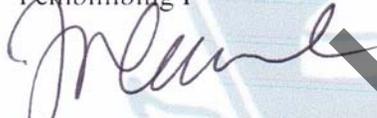
FENOMENA *THE KOREAN WAVE* KONSEP CITRA TUBUH DALAM FILM “200 POUNDS BEAUTY” DAN DALAM TEOLOGI INJILI

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Teguh Pramono, S.Th (50090259)

Dalam Ujian Tesis Program Studi Pascasarjana (S2) Ilmu Teologi Fakultas Teologi Universitas Kristen Duta Wacana untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Theologiae pada hari Selasa, 14 Agustus 2012

Pembimbing I

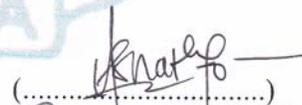
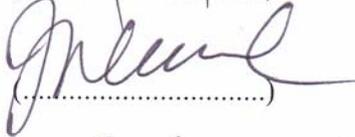

Pdt. Yahya Wijaya, M.Th.,PhD

Pembimbing II


Dr. Kees De Jong

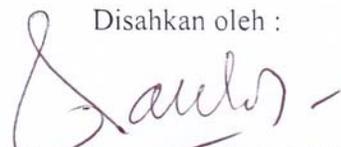
Penguji:

1. Pdt. Dr. Asnath Niwa Natar
2. Pdt. Yahya Wijaya, M.Th.,PhD
3. Dr. Kees De Jong


.....

.....

.....

Disahkan oleh :


Pdt. Paulus Sugeng Widjaja, MAPS.,PhD
Ka. Prodi Pascasarjana (S2) Ilmu Teologi

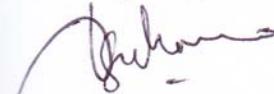
LEMBAR PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertandatangan di bawah ini, mahasiswa Program Pasca Sarjana Teologi Universitas Duta Wacana – Yogyakarta dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Teguh Pramono
NIM : 50090259

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul “Fenomena *The Korean Wave* - Konsep Citra Tubuh Dalam Film “*200 Pounds Beauty*” Dan Dalam Teologi Injili”, adalah hasil karya saya sendiri, dan bahwa catatan referensi yang saya pergunakan adalah sesuai dengan makna aslinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan salinan karya orang lain, saya bersedia melepaskan gelar kesarjanaan saya.

Yogyakarta, 14 Agustus 2012
Yang Menyatakan,



Teguh Pramono



PRAKATA

Syukur pada-Mu ya Tuhan...untuk pertolongan-Mu...

Akhirnya setelah berjuang dalam doa dan karya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini setelah melalui jalan yang panjang. Baik itu perjuangan jarak yang cukup jauh bolak balik Salatiga – Jogja selama menjalani kuliah dan menyelesaikannya, juga pikiran, dan segala hal yang tidak terucapkan.

Penulis menyadari apa yang telah dicapai saat ini tidaklah terlepas dari dukungan pihak-pihak yang ada di sekitar penulis. Untuk itu pertama-tama penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan dan Juruselamat penulis, Yesus Kristus, yang telah selalu menjaga dan menolong terealisasinya studi dan penyelesaiannya. “Tanpa Dia penulis bukan siapa-siapa dan bukan apa-apa, di dalam Dia-lah penulis percaya telah dijadikan “sesuatu yang berarti”.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada lembaga-lembaga dan orang-orang yang telah mendukung terealisasinya tulisan ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bpk. Yahya Wijaya, Bpk. Kees De Jong, dan Bpk..... yang telah memberi bimbingan dan menguji tulisan ini. Terima kasih juga kepada NTM/YMMP yang telah memberi kesempatan waktu untuk menyelesaikan tesis ini dan juga kepada teman-teman di NTM : Pak Sam, Pak Simon, Pak Nico, Pak Ryan yang telah turut mendukung dan berdoa untuk saya. Terima kasih juga kepada STTKN-Ungaran dan STJKI-Salatiga (& rekan-rekan di dalamnya). Demikian juga penulis ucapkan terima kasih kepada Pak Simon Bae, Pak Moon, Pak Rej, Al, Mas Supri, Jito, Pak Maryono dan Bu Reni, teman-teman KTB dan adikku Ari-Asa-Ut dan Nik yang telah mendukung dan mendoakan.

Beribu syukur dan terima kasih untuk istriku: Yaya Santi & anakku: Jeremy Baner Pramono yang telah menjadi inspirasi dan pendorong untuk berjuang dan bekerja keras. Terima kasih juga untuk menjadi inspirasi tesis ini karena kesukaan mereka pada film,drama, dan lagu Korea yang telah menjadi “virus yang baik” bagi penulis.

Terakhir terima kasih juga untuk kedua “ortu”-ku dan kakak-ku yang telah “disana”, kalian jauh “disana” namun selalu dekat “disini”.

Soli Deo Gloria,

Salatiga, 14 Agustus 2012

Teguh Pramono

ABSTRAK

The Korean Wave (Demam Korea) merupakan fenomena yang sedang melanda Indonesia dan beberapa negara lain di dunia. Penyebaran budaya pop Korea (Selatan) ini melalui media mulai dari internet, televisi, film, drama, lagu, dan berbagai literatur. Demam Korea ini memberi pengaruh kepada para penikmat budaya populer Korea ini (umumnya anak remaja dan kaum muda). Pengaruh tersebut berkisar mulai dari hal yang sifatnya barang konsumsi, gaya hidup, sampai dengan kepada persepsi fisik seseorang.

Dalam tesis ini penulis membahas pengaruh budaya populer Korea ini berkenaan dengan pengaruhnya kepada citra tubuh seseorang (*Body Image*). Untuk itu melalui pendekatan teks (*text based approach*) penulis menganalisa film *200 Pounds Beauty* dimana film ini penulis pakai sebagai sarana studi kasus. Hal tersebut didasarkan pada pemahaman adanya keterkaitan antara teologi dan film. Dalam hal ini keterkaitan dimana melalui teologi dan film dapat dilakukan dialog di antara keduanya. Film dijadikan studi kasus dan kemudian melakukan refleksi teologis dari padanya.

Berkenaan dengan persoalan citra tubuh, teologi tubuh dapat menjadi sarana menjawab persoalan tersebut. Teologi tubuh memberi pemahaman bahwa manusia adalah ciptaan sekaligus mahluk pribadi yang segambar dengan Allah. Dengan kenyataan itu teologi tubuh di dalam tesis ini dipakai sebagai sarana melakukan dialog antara teologi dan film.

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan Integritas Akademik.....	iii
Prakata.....	iv
Abstrak.....	v
Daftar isi.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. Fenomena <i>The Korean Wave</i>	1
1.1 Serba Serbi <i>The Korean Wave</i>	2
1.2 Pengaruh <i>The Korean Wave</i>	4
1.3 <i>The Korean Wave</i> dan Citra Tubuh.....	13
2. Munculnya Minat Kajian Teologis.....	19
3. Pembatasan Masalah.....	22
4. Rumusan Masalah.....	22
5. Judul.....	22
6. Tujuan Penelitian.....	23
7. Hipotesis.....	23
8. Tahapan Penelitian.....	24
9. Kerangka Teori.....	24
10. Metode Penelitian.....	31
11. Sistematika Penulisan.....	33
BAB II ANALISA FILM <i>200 POUNDS BEAUTY</i>.....	35
1. Pendekatan Analisa Teks Pada Film <i>200 Pounds Beauty</i>	38
1.1 Analisa Narasi (<i>narrative analysis</i>).....	39
1.1.1 Narasi Film <i>200 Pounds Beauty</i>	41
1.1.2 Alur atau Sujet.....	47
1.2 Analisa Semiotik.....	51
1.3 Discourse Analysis (Analisa Wacana).....	54

1.3.1 Wacana saat Hanna belum melakukan operasi plastik.....	55
1.3.2 Wacana saat Hanna melakukan operasi plastik.....	58
1.3.3 Wacana saat Hanna paska melakukan operasi plastik.....	59
1.3.4 Wacana saat Hanna memperoleh pengakuan.....	60
2. Kesimpulan.....	62
BAB III KONSEP TUBUH MENURUT ALKITAB.....	64
1. Manusia Adalah Pribadi Yang Diciptakan Allah.....	65
2. Manusia Menyandang <i>Imago Dei</i>	70
2.1 <i>Imago Dei</i> sebagai Refleksi Keberadaan Allah.....	75
2.2 <i>Imago Dei</i> sebagai Refleksi Keberadaan Komunitas Tritunggal.....	75
3. Manusia Jatuh Ke Dalam Dosa.....	76
4. Manusia Dipulihkan Di Dalam Yesus.....	78
4.1.1 Yesus Menjadi Teladan Hidup Manusia.....	80
4.1.2 Yesus Memiliki Persekutuan Yang Sempurna Dengan Allah..	80
4.1.3 Yesus Mematuhi Kehendak Allah Dengan Sempurna.....	81
4.1.4 Yesus Selalu Menunjukkan Kasih Yang Mendalam Terhadap Manusia.....	81
5. Kesimpulan.....	82
BAB IV DIALOG TEOLOGI DAN FILM <i>200 POUNDS BEAUTY</i>.....	84
1. Pembentukan Makna Di dalam Teologi dan Film <i>200 Pounds Beauty</i>	84
2. Manusia dan Tubuhnya.....	89
2.1 Manusia Adalah Milik Allah.....	91
2.2 Manusia Adalah Berharga.....	92
2.3 Manusia Tidak Perlu Malu Atas Tubuhnya.....	93
2.4 Manusia Harus Menghargai Dirinya.....	99
3. Manusia dan Cinta Kasih.....	103
4. Kesimpulan.....	108

BAB V KESIMPULAN.....109
Daftar Pustaka.....113

© UKDW

ABSTRAK

The Korean Wave (Demam Korea) merupakan fenomena yang sedang melanda Indonesia dan beberapa negara lain di dunia. Penyebaran budaya pop Korea (Selatan) ini melalui media mulai dari internet, televisi, film, drama, lagu, dan berbagai literatur. Demam Korea ini memberi pengaruh kepada para penikmat budaya populer Korea ini (umumnya anak remaja dan kaum muda). Pengaruh tersebut berkisar mulai dari hal yang sifatnya barang konsumsi, gaya hidup, sampai dengan kepada persepsi fisik seseorang.

Dalam tesis ini penulis membahas pengaruh budaya populer Korea ini berkenaan dengan pengaruhnya kepada citra tubuh seseorang (*Body Image*). Untuk itu melalui pendekatan teks (*text based approach*) penulis menganalisa film *200 Pounds Beauty* dimana film ini penulis pakai sebagai sarana studi kasus. Hal tersebut didasarkan pada pemahaman adanya keterkaitan antara teologi dan film. Dalam hal ini keterkaitan dimana melalui teologi dan film dapat dilakukan dialog di antara keduanya. Film dijadikan studi kasus dan kemudian melakukan refleksi teologis dari padanya.

Berkenaan dengan persoalan citra tubuh, teologi tubuh dapat menjadi sarana menjawab persoalan tersebut. Teologi tubuh memberi pemahaman bahwa manusia adalah ciptaan sekaligus makhluk pribadi yang segambar dengan Allah. Dengan kenyataan itu teologi tubuh di dalam tesis ini dipakai sebagai sarana melakukan dialog antara teologi dan film.

BAB I

Pendahuluan

1. Fenomena *The Korean Wave*¹

Beberapa waktu ini, film dan drama, musik pop², animasi, *games* dan sejenisnya yang berasal dari “Negeri Ginseng” Korea sedang banyak digandrungi di Indonesia. Para penikmatnya, mulai dari kalangan anak-anak sampai dengan orang dewasa memiliki antusiasme yang tinggi terhadap produk-produk budaya pop Korea ini. Pengaruh budaya pop Korea ini bukan hanya terjadi di Indonesia saja, tren gelombang budaya pop Korea atau yang lebih dikenal dengan *The Korean Wave* (Hallyu 韓流) ini telah menyebar ke beberapa belahan dunia lainnya seperti negara-negara di Asia, Afrika, Timur Tengah, Amerika dan Eropa.

Di Indonesia *The Korean Wave* (Demam Korea) ini menjadi tren yang banyak mempengaruhi para pecinta budaya ini. Sebagai akibatnya kelompok-kelompok penyanyi dan ajang pencarian bakat *boy band* dan *girl band* yang berorientasi Koreapun banyak bermunculan. Kelompok-kelompok penyanyi

¹ Fenomena *Hallyu* yang berarti *Korean Wave* atau Demam Korea mengacu pada popularitas budaya Korea di luar negeri dan menawarkan hiburan Korea yang terbaru yang mencakup film dan drama, musik pop, animasi, *games* dan sejenisnya. Istilah “*Korean Wave*” (“Hallyu” dalam bahasa Korea) dipopulerkan oleh media China kurang lebih sepuluh tahun lalu untuk menunjuk pada kepopuleran budaya pop Korea di Cina. Perkembangan itu dimulai dengan ekspor drama televisi (mini seri) Korea Selatan ke Cina pada akhir tahun 90-an. Sejak saat itu, Korea Selatan telah muncul sebagai pusat baru bagi produksi budaya populer antar negara, mengeksport serangkaian produk-produk budaya ke negara-negara tetangga di Asia Sumber: *The Korean Wave A New Pop Culture Phenomenon*, Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2011, hal 11

² Indosiar merupakan saluran televisi swasta yang banyak menayangkan film-film, drama, dan lagu Korea. Bagi para penikmat televisi via antena parabola terdapat saluran 24 jam yang menayangkan film-film, drama Korea, K-Pop. Saluran televisi lewat parabola itu utamanya adalah *LBS Movie*, *LBS Drama*, dan *LBS Musik*, *LBS On Life*

bergaya Korea seperti *Smash, Hitz, Treeji, Seven Icon, Cherry Belle, 6Starz, Lollipop*³ dan masih banyak yang lainnya semakin mendapat perhatian yang tinggi dari para penikmatnya. Komunitas-komunitas penggemar budaya Korea yang lebih dikenal sebagai *Korean Lovers* pun tumbuh di berbagai kota dan situs jejaring sosial di internet. Kelompok-kelompok penggemar budaya pop Korea ini juga seringkali memakai istilah-istilah dalam bahasa Korea untuk saling menyapa sesama penggemar budaya ini. Di situs jejaring sosialpun (misalnya: *facebook/twitter*) para penggemar budaya pop Korea ini lebih senang memakai nama-nama samaran yang berbau Korea.

1.1 Serba Serbi *The Korean Wave*⁴

Dimulai dengan semangat untuk mengonsumsi drama, film dan lagu-lagu lokal Korea sendiri, akhirnya drama, film dan lagu-lagu lokal Korea menjadi tuan rumah di negerinya sendiri. Hal ini dimulai pada pertengahan tahun 90-an ketika terjadi perubahan yang dimulai dari radio yang tadinya banyak memutar lagu-lagu dari negara lain, kemudian mulai banyak memutar lagu-lagu lokal Korea sendiri. Toko-toko musik lebih banyak yang menjual rekaman lagu-lagu dari artis-artis lokal Korea sendiri dari pada yang berasal dari artis-artis negara lain. Berkenaan dengan film, di televisi-televisi kabel film-film lokal Korea ditayangkan selama 24 jam sehari. Film-film tersebut menarik perhatian penonton dan menyedot perhatian sekitar 6 juta orang lebih. Hal ini merupakan sejarah tersendiri dalam industri perfilman Korea. Rekor penonton sekitar 6 juta orang ini terpecahkan

³ Mereka ini boleh dikata mengekor kelompok-kelompok *boy band* dan *girl band* Korea seperti *Super Junior, MBLAQ, B3AST, SNSD, 2NE1, T-ARA, 2PM, 2AM*.

⁴ Hal 2 s.d hal 4 ini merupakan saduran dari buku *The Korean Wave A New Pop Culture Phenomenon*, hal 15-55

pada sekitar tahun 2006 ketika film Korea lainnya tercatat telah menarik perhatian sekitar 13 juta penonton. Jumlah tersebut berarti sama dengan sekitar 30 persen penduduk Korea pada waktu itu. Dengan kenyataan inilah maka Korea menjadi negara yang lebih banyak mengonsumsi produk budaya lokal negaranya sendiri dari pada produk asing.

Perkembangan selanjutnya adalah suksesnya drama *Winter Sonata* di Jepang dan drama *What is Love?* di Cina. Kesuksesan drama Korea ini terus membuat ekspor program televisi produksi Korea meningkat sampai ke luar Asia. Perkembangan drama Korea ini juga mendapatkan respon yang luar biasa di luar Asia, seperti misalnya di Amerika. Menurut statistik dari DramaFever.com, sebagian besar orang di Amerika Serikat yang menonton drama-drama Korea adalah orang-orang non Asia. Kulit putih merupakan persentase penonton terbesar yakni sebanyak 40%, selanjutnya penonton kulit hitam sebanyak 18%, keturunan hispanik 13% dan sisanya 29% adalah penonton Asia. Yang mengejutkan adalah rasio penonton menurut jenis kelaminnya hampir menduduki perbandingan yang sama yakni 52% penonton wanita dan 48% penonton pria. Berdasarkan umur, 39% adalah penonton berumur antara 18 sampai 34 tahun; sementara 25% adalah penonton berumur antara 35 sampai 49 tahun, 17% adalah penonton berumur 13 sampai 17 tahun, dan 19% berumur 50 tahunan ke atas.

Besarnya peminat drama Korea ini menjadi jalan masuk bagi musik pop Korea untuk diterima di negara-negara lain seperti di Cina, Hong Kong, dan Taiwan. Duo pria Clon dan “idol groups” H.O.T., NRG, Baby V.O.X., dan S.E.S. menempati tangga lagu tertinggi di Cina, Taiwan, Hong Kong dan Asia Tenggara. Musik pop Korea (K-Pop) adalah faktor kunci pertumbuhan

popularitas *The Korean Wave* di manca negara. Para gadis Asia berumur antara 10 sampai 20 tahunan menjadi penggemar terbesar budaya pop ini.

Organisasi Turis Korea melakukan survei di websitenya (www.visitkorea.or.kr), dengan respon dari 12.085 dari pengunjung non Korea yang berasal dari 102 negara antara tgl.11 sampai dengan 31 Mei 2011. Survei ini dijalankan melalui *Twitter* dan *Facebook* dengan menanyakan tujuh pertanyaan berkenaan *The Korean Wave* dalam tujuh bahasa : Bahasa Inggris, Jepang, tradisional Cina, Jerman, Perancis, Spanyol dan Rusia. Survei tersebut menunjukkan gambaran bahwa K-pop merupakan kategori yang paling disukai di 102 negara. Statistik tersebut adalah: K-pop sebesar 55%, drama TV (33%), Film (6%) dan yang lainnya (7%). Sementara berkenaan dengan umur responden budaya pop Korea ini meliputi, umur 10an tahun sebesar 17%, umur 30an tahun sebesar 18%, umur 40an tahun sebesar 8%, dan responden yang berumur 20an tahun meliputi jumlah yang paling besar 49%. Dari presentase responden itu 90% nya adalah wanita dan sisanya 10% laki-laki.

1.2 Pengaruh *The Korean Wave*

Komoditas budaya dan para artis Korea memberi dampak yang besar pada budaya konsumsi mulai dari makanan, pakaian, tata rias, dan juga segala hal yang berkaitan dengan urusan kesempurnaan dan keidealan manusia secara fisik. Di kota- kota besar di Asia seperti di Cina dan Taiwan dapat ditemui para penggemar budaya pop Korea ini memakai pakaian, gaya rambut, tata rias, dan bahkan ada dari antara mereka yang dengan ekstrim sampai melakukan bedah plastik atau

bedah kosmetik agar terlihat seperti idola mereka.⁵ Artis Korea seperti Lee Young-ae, Song Hae Gyo, Kim Hee Sun and Jeon Ji-hyun dilaporkan menjadi rujukan bagi para fans di Taiwan dan Cina untuk melakukan bedah kosmetik.⁶ Para penggemar budaya pop Korea ini juga menghiasi tas, telepon genggam, komputer, dan ruangan mereka dengan foto-foto artis-artis Korea idola mereka. Merekapun juga berusaha untuk mempelajari bahasa Korea seakan seperti memberi penegasan ketertarikan mereka kepada budaya ini.

The Korean Wave mampu mempengaruhi pola hidup dan cara berpikir masyarakat yang dipengaruhinya seperti yang dipaparkan di atas. Penyebaran pengaruh *The Korean Wave* bukan hanya meningkatkan peluang untuk melaksanakan pertukaran dan interaksi budaya, tetapi juga menjadi sarana untuk melegalkan ideologi Korea agar mudah diterima dunia internasional. Ideologi sendiri merupakan sekumpulan ide yang menyusun sebuah kelompok nyata, sebuah representasi dari sistem atau sebuah makna dari kode yang memerintah bagaimana individu dan kelompok melihat dunia.⁷

Berkenaan dengan dominasi ideologi berarti juga terkait dengan hegemoni. Hegemoni adalah proses dominasi, dimana sebuah ide menumbangkan atau membawahi ide lainnya. Hegemoni tercipta karena kemajuan media serta pengalaman populer yang terkait dengan konsumsi. Media menciptakan hal-hal yang populer dengan mengonsumsi barang-barang komoditi. Kenyataan ini

⁵ <http://www.mediaindonesia.com> Jumat, 21 Januari 2011 07:30 WIB Operasi Plastik Jadi Tren di Korea Selatan (diakses tgl. 12 Februari 2012)

⁶ Doobo Shim, *Media, Culture & Society* © (London: SAGE Publications. 2006), hal 29

⁷ <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/160/skripsi.rtf?sequence=5> judul Budaya Pop dan Gaya Hidup (Studi Kasus *Korea Lovers* di Makasar), hal 5 (diakses tgl. 12 Februari 2012)

membawa terjadinya penyeragaman rasa, baik mulai dari konsumsi barang-barang fisik sampai dengan ilmu. Contoh nyata hegemoni budaya pop Korea adalah bergesernya penilaian selera mengenai pria atau wanita idaman. Sebelum masuknya budaya pop Korea di Indonesia, masyarakat lebih mengacu kepada aktor *Hollywood* yang *macho* atau aktrisnya yang cantik dan memiliki tubuh ideal. Akan tetapi setelah masyarakat mulai menggandrungi tayangan Korea baik itu film, drama sinetron, maupun musik, mereka cenderung beralih menyukai pria dengan gaya *cute*, imut, putih dan tinggi ala aktor Korea atau wanita-wanita yang bertubuh seksi, *cute* dan berwajah cantik, berambut lurus ala aktris Korea.⁸

Mengapa budaya pop Korea begitu digandrungi di berbagai negara dan khususnya di Indonesia juga? Apa yang ditawarkan budaya pop Korea tersebut kepada para penikmatnya? Untuk menjawab pertanyaan tersebut pasti ada banyak alasan yang dapat disampaikan dan tentu ada alasan-alasan positif dan negatif yang menyertainya, namun dari berbagai alasan yang dapat digali, salah satu diantaranya adalah karena para bintang film dan penyanyi Korea ini memiliki wajah dan juga tubuh yang menarik, ideal, dan proporsional. Menurut salah satu artikel mengenai *The Korean Wave*, hal ini adalah merupakan satu kenyataan umum bahwa “*Beauty attracts*” (kecantikan/ketampanan selalu menarik perhatian). Berikut ini paparan artikel tersebut mengenai hal tersebut:

Why it (the Korean Wave)⁹ became so popular has various reasons. It depends on the age, interests and values of the spectators. Common is the fact that “Beauty attracts”. In Korean drama, film and even Korean singers have to be good-looking to be popular. It is a common known phenomenon that Asian women, young and old, fall in love with their

⁸ Ibid, hal 5

⁹ Kata dalam kurung ini ditambahkan oleh penulis

favourite celebrity. It is even so that they collect all their savings and travel all the way to Korea to see the place where their favourite actor played their favourite scene in their favourite drama, or even travel far abroad to see him in live on another live show. Thus this success can be attributed to good looking actors and actresses' who embody a number of traits that are very familiar to regular drama viewers and popular fantasies among women. Sensitivity and depth among male characters in Korean drama attracts much of the female drama viewers. For Korean drama, a logic reason can be the fact that importing a Korean drama.¹⁰

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa penampilan artis memberi pengaruh kepada sukses tidaknya artis ini, walaupun tidak bisa dipungkiri juga bahwa sebenarnya kecantikan dan ketampanan bukanlah satu-satunya daya tarik yang ditawarkan dalam budaya pop Korea ini. Kemampuan para artis mulai dari menyanyi, menari, dan berakting juga diasah sedemikian rupa sehingga lebih mendukung daya tarik para artis Korea tersebut. Jadi di sini sebenarnya ada semacam promosi yang berkaitan dengan ideologi dengan ciri khas: tubuh ideal, cantik/tampan, *cute*, bisa menari dan menyanyi serta berakting, pekerja keras, serta segudang hal ideal lainnya.

Untuk memberi gambaran penampilan para artis Korea tersebut berikut ini beberapa gambar dari penampilan artis-artis korea terkenal (Girl's generation/SNSD (gb.1), Sistar (gb.2), KARA (gb. 3), T-ARA (gb.4), Super Junior (gb.5) dan Rain (gb.6)) yang sedang banyak digandrungi saat ini:



¹⁰<http://www.tyas.be/files/%5BKCS-leuven%5Dpaper-TyasHuybrechts-film010708.pdf> (diakses 23 Maret 2012)



Jika diperhatikan, penampilan fisik para artis Korea seperti yang terpampang tersebut menunjukkan adanya hibridasi antara budaya negara lain (dalam hal ini Jepang dan Amerika dimana budaya Amerika yang lebih dominan mempengaruhi) dengan budaya Korea sendiri. Untuk para wanitanya mereka lebih terlihat berpenampilan fisik berciri *Caucasian*, rambut lurus berwarna (pirang), hidung mancung, kulit putih, bermata lebar, berwajah *cute* dan bertubuh ramping ideal.¹¹ Sedangkan untuk pria berpenampilan berciri yang sama, rambut diwarnai, hidung mancung, kulit putih, bermata lebar, bertubuh macho dan berperut *six pack* seperti yang terlihat pada gambar di atas. Akan tetapi disamping

¹¹ Bagi wanita ciri fisik yang menjadi obsesi adalah ciri fisik seperti yang ada pada boneka Barbie

ada yang berpenampilan seperti itu ada juga yang lebih berpenampilan lembut seperti yang dideskripsikan Holliday dan Hwang berikut Ini:

Currently, young men in their twenties seek a softer image, mimicking the image of boy-heroes in popular Korean *manhwa* and Japanese *manga* cartoons and anime. This look has become increasingly prevalent since in the late 1990s when the popularity of boy bands began to sport the *bishonen* look already popular in Japan. These so-called *kkonminam* (literally, 'beautiful flower boys') looks are epitomized in the highly popular drama series *Boys Over Flowers*. The soft image, for these men, includes a less angular jaw, double eyelids and a prominent nose tip, whilst augmenting pectoral and bicep muscles to give their bodies 'definition'. The aim is therefore to create a muscular but smooth (hairless) body with boyish facial feature.¹²

Penampilan hibrid yang menunjukkan ciri *caucasian* yang nampak pada artis-artis Korea ini memberi gambaran adanya hegemoni budaya ras *caucasian* di dalam diri para artis Korea. Menurut beberapa situs internet yang penulis rujuk¹³, para artis Korea tersebut untuk memenuhi tuntutan menjadi ikon mereka tak segan-segan merias diri begitu rupa, melakukan diet ketat, sampai melakukan bedah plastik atau bedah kosmetik agar sesuai dengan idealisme yang dianut dan juga kemudian dipasarkannya. Tak kalah ketinggalan para penggemar budaya pop Korea di negeri asalnya sendiripun berkeinginan untuk tampil seperti idola pujaan mereka. Banyak dari antara mereka bahkan mengambil keputusan yang sama yaitu untuk melakukan bedah plastik atau bedah kosmetik untuk mendapatkan hal yang sama dengan artis pujaan mereka.

¹² Ruth Holliday dan Jo Elfving Hwang, *Gender, Globalization and Aesthetic Surgery in South Korea*, diakses di http://leeds.academia.edu/RuthHolliday/Papers/744838/Gender_Globilization_and_Cosmetic_Surgery_in_South_Korea (Diakses : 25 Maret 2012)

¹³ Lewat *search engine* di internet dengan kata kunci "operasi plastik artis Korea" akan muncul situs-situs yang member informasi hal itu; TV Korea Arirang juga memiliki liputan mengenai fenomena bedah plastik dan kosmetik di Korea ini. Liputan tersebut dapat diakses di *Korean Sociological Image* berjudul *Why are Koreans So into their Look?*

Di Korea sendiri, melakukan bedah plastik atau bedah kosmetik untuk mendapatkan penampilan yang seperti diharapkan sedang menjadi tren. Berikut kutipan dari sebuah artikel yang penulis dapat di salah satu situs internet yang memberi gambaran hal tersebut:

Menurut data statistik, 6 dari 10 penduduk Korea mulai usia belasan tahun hingga manula pernah menjajal layanan bedah plastik. Sekitar 70% dari mereka perempuan, sementara 30% lainnya adalah laki-laki. Alasan mereka beragam, dari sekadar memuncungkan hidung, melangsingkan badan, sampai rela melakukan operasi pelebaran kelopak mata hanya agar bisa menggunakan *eye shadow*. Jee Hee Lee, *Project Manager Nu Plastic Surgery*, salah satu penyedia layanan operasi plastik terkemuka yang berlokasi di pusat kota Seoul menyatakan bahwa meningkatnya permintaan operasi plastik di kalangan warga Korea berusia 20-50 tahun ini oleh karena mereka ingin tampil rupawan seperti layaknya para bintang drama dan penyanyi negeri mereka. Hal itu karena hampir di setiap drama dan juga tampilan para penyanyi Korea, baik perempuan atau laki-laki digambarkan memiliki hidung yang mancung, mata lebar, dan postur tubuh ideal. Tidak hanya itu, setiap hari, warga juga selalu disugahi berbagai tayangan televisi, baik iklan maupun hiburan, yang menampilkan sosok-sosok selebritas yang secara fisik nyaris sempurna.¹⁴

Senada dengan hal itu menurut kantor berita Inggris (BBC) oleh karena adanya acara *ul-jjang*, yang secara literal artinya "*best face*" dimana para wanita dan laki-laki mengirimkan foto mereka ke situs-situs internet, dan kemudian wajah mereka bisa dinilai dan mereka yang menang dapat langsung bekerja di bidang *modelling* dan akting. Dengan keadaan itu maka terjadi peningkatan intensitas peminat bedah kosmetik dimana didapati sekitar 50% wanita yang berumur dua puluhan tahun telah melakukan bedah kosmetik. Dari poling akhir-akhir ini, 70% laki-laki mengatakan bahwa mereka akan juga ingin melakukan bedah plastik untuk bisa tampil lebih menawan.¹⁵

¹⁴ <http://www.mediaindonesia.com> Jumat, 21 Januari 2011 07:30 WIB Operasi Plastik Jadi Tren di Korea Selatan (diakses 23 Febuari 2012)

¹⁵ http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/programmes/from_our_own_correspondent/4229995.stm (diakses: 23 Febuari 2012)

Di dunia kerja di Korea, persaingan para pencari kerja untuk mendapat pekerjaan yang lebih baik, membuat banyak anak muda di Korea berpikir bahwa keberhasilan seseorang lebih ditentukan oleh penilaian fisik, yakni menarik tidaknya wajah pelamar kerja. Mereka percaya bahwa yang menentukan seseorang mudah mendapat pekerjaan adalah karena penampilannya bukannya kemampuan kerjanya.¹⁶ Seorang wanita yang berwajah cantik dan menarik lebih sering mendapat tempat kerja yang baik dengan lebih mudah. Dengan keadaan itu maka tak heran menurut sebuah penelitian, ibu-ibu di Korea-lah yang malah seringkali mendorong anaknya yang berumur mulai mencapai tujuh belasan tahun untuk melakukan bedah plastik (kosmetik) dengan alasan supaya anak-anak mereka memiliki masa depan yang lebih baik dengan mendapatkan pekerjaan yang lebih baik atau suami yang kaya.¹⁷

Salah satu situs rujukan penulis turut menegaskan mengenai tren yang terjadi di Korea menuliskan sebagai berikut:

A recent editorial in The Korea Herald, South Korea's top English newspaper, asks whether the country's "national rush for appearance enhancement" has become an "uncomfortable trend." "Images on TV convince people every day that beauty in this country is being 'standardized' as it becomes increasingly difficult to tell one actress from another." "Commercial promotion by competition-pressured clinics affects young minds that lack self-confidence," said the editors.

"We are concerned that the ages of cosmetic surgery clients are getting young... [and now include] ... students, who are inevitably influenced by the 'appearance first-ism' of adults ... at the expense of developing more important inner assets."

What's more, such cosmetic predation, if that's what it is, seems to be coming with a big penalty for those who are actually ill with disease or

¹⁶ Tren ini juga ada hubungannya dimana orang dinilai melalui raut mukanya (psikogomi : ilmu membaca raut muka) , berkembangnya neo kofusian di Korea dan pengaruh komik yang berasal dari Jepang (manga). Artikel *Gender, Globalization, and Aesthetic Surgery in South Korea* oleh Ruth Holiday dan Jo Elfving Hwang

¹⁷ Ibid,hal 10

deformity. While the Gangnam-gu section of Seoul is home to 28% of the nation's plastic surgeons, reconstruction of disfigurement there makes up only 5% of the work. Aesthetic surgery boutiques now account for 15% of all medical facilities and have displaced other clinics that offered functional surgery for serious disease, an uncomfortable trend, indeed, seen not just in downtown Seoul but in many other large South Korean cities.

"Serious thought," continued the authors, "should be given to measures to discourage this, such as heavy taxes on revenues from aesthetic surgery or banning advertisements for such services."¹⁸

Dari pernyataan tersebut terlihat adanya keprihatinan mengenai maraknya tren bedah plastik dan kosmetik di Korea dimana konsumennya semakin banyak yang berasal dari anak muda. Keadaan tersebut diyakini karena adanya standarisasi kecantikan yang terbangun dari citra (*image*) yang ditampilkan oleh iklan-iklan di televisi.

Apa yang terjadi di Korea tersebut, memberi gambaran bahwa media turut ambil bagian dalam memberi pengaruh di dalam hal tersebut dengan caranya yang gencar mempromosikan keindahan penampilan fisik. Keindahan penampilan fisik dianggap lebih utama yang menentukan keberadaan diri seseorang sebagai manusia. Seorang pemenang bedah kosmetik di acara TV *reality show* di Korea mengatakan, "*I always wanted to believe people were ultimately judged by what was inside but I knew from my personal experience that this wasn't true. It's always the pretty girls who win the good things in life.*"¹⁹ Pernyataan tersebut menegaskan bahwa keindahan fisik manusialah yang menyebabkan hal-hal yang baik terjadi di dalam kehidupannya. Kecantikan yang di dalam hati manusia

¹⁸ http://www.asianplasticsurgeryguide.com/koreatrends/1108_uncomfortable-trend.html (diakses 16 Mei 2012)

¹⁹ http://www.seoulstyle.com/index.php/art_plasticFantastic.htm. (diakses: 16 Mei 2012). Sebagai informasi tambahan: di TV LBS On Life (via parabola) ditayangkan acara *Life Style : Cinderella* yang isinya tentang orang-orang yang melakukan bedah plastik untuk mendapatkan pengakuan kecantikan dan memperoleh kepercayaan diri dan kebahagiaan.

(*inner beauty*) dianggap bukan lagi menjadi ukuran yang utama dipakai untuk menentukan keberadaan seseorang. Hal itu telah digantikan dengan penampilan luar saja.

Di Indonesia, ciri-ciri fisik seperti yang terlihat pada selebriti Korea juga terlihat marak. Di acara-acara televisi sampai di kehidupan sehari-hari pada umumnya bisa dilihat wanita – wanita yang berambut berwarna (pirang, coklat, dan warna yang umumnya mengacu warna pirang/*blond*), berambut lurus, berkulit putih, berpakaian seksi, dan ciri fisik yang lainnya. Sementara itu banyak juga pria-pria yang berpenampilan seperti ciri-ciri apa yang dipertontonkan oleh para artis Korea. Walaupun di Indonesia fenomena bedah plastik atau bedah kosmetik tidak sesemarak dan seterbuka di Korea, namun di iklan-iklan televisi, koran, dan majalah banyak terlihat iklan-iklan yang menawarkan, produk fashion, pemutih kulit, alat dan obat peramping dan peninggi badan, cat rambut berwarna, alat – alat kebugaran pembentuk tubuh, dan lain-lainnya. Semuanya itu ditawarkan untuk memberi jalan agar seseorang bisa memenuhi keinginannya membentuk fisik tubuh yang sesuai standar yang ada.

1.3 *The Korean Wave* dan Citra Tubuh

Penyebaran *The Korean Wave* memanfaatkan berbagai media mulai dari internet, televisi, radio, film, serta berbagai macam literatur (seperti majalah, koran, buku, dsb). Perkembangan media yang begitu pesat dan dekat dengan kehidupan manusia menjadikan segala hal yang berkaitan dengan budaya pop ini mudah diakses dan dinikmati. Media menjadi sarana memasarkan (mengiklankan) produk budaya dan ideologi yang ada. Media mempercepat penyebaran budaya pop Korea ini dan ideologi-ideologi yang ada didalamnya. Penyebaran tersebut

tentu saja memberi pengaruh, baik di negeri asalnya atau di negara-negara lainnya seperti yang juga penulis sudah paparkan sebelumnya.

Berbicara mengenai pemakaian media, sebenarnya bukan hanya budaya pop Korea saja yang mempergunakan media sebagai sarana pemasaran produk-produknya. Di dunia agama media juga dipakai sebagai sarana “propaganda” dan pemberitaan agama. Sejak penemuan mesin cetak, aksi penyebaran agama dilakukan lewat media. Agama memakai media yang sama yang dipakai di dalam budaya pop untuk memasarkan pesan-pesannya. Hal ini senada dengan apa yang dituliskan dalam buku *Quoting God* sebagai berikut:

Over the past quarter-century, religious cultures have adapted media technology in order to deliver their messages both to adherents and to the unchurched. The adaptation of multimedia or generationally friendly modes by traditional religions evangelizing prodigal youth is a postmodern homily expressed in religious rock music, videos, novels, film, Internet, and cybercafes. All forms of media, including public relations campaigns designed for persuasion, talk shows, and mass rallies, have been adapted from secular to religious culture by sectarian groups. This applies equally to the ancient desert religions as well as to newly created ones. Technology has changed the role of media from agenda setter and gatekeeper to an as-yet-unnamed rolet hat has to do with the perception of self-identity and the scale and scope of the self in relation to the local, regional, and universal community. Mass media modes of transmission affect how people think about the identity of their social groups, the quality of the culture in terms of its aesthetic and spiritual vitality, and the significance of faith as a formative and deliberative motivational force for social good.²⁰

Dengan demikian penyebaran suatu budaya, baik bidang keagamaan atau di luar keagamaan memakai media sebagai sarana pemasarannya. Hal tersebut memberi pemahaman kepada penulis bahwa media merupakan sarana yang efektif bagi “pemasaran” suatu budaya atau ideologi tertentu. Media juga adalah

²⁰ Claire Hoertz Badaracco, *Quoting God: How Media Shape Ideas about Religion and Culture* 2005, (Texas :Baylor University Press,2005), hal 2-3

merupakan sarana penyebaran makna-makna yang diharapkan bagi dan kepada para konsumen media tersebut.

Dengan kenyataan adanya penggunaan media di dalam bidang keagamaan ataupun budaya populer maka boleh dibilang di tengah kehidupan manusia dewasa ini terjadi persaingan pengaruh/pembentukan makna dari antara keduanya. Dalam hal ini tentu saja yang kuatlah yang akan menang dan menguasai. Dengan keadaan itu maka terjadilah hegemoni nilai atau makna, entah seseorang dipengaruhi nilai dan makna yang dihasilkan oleh lingkungan keagamaan atau budaya populer merupakan hal yang dapat dan pasti terjadi. Namun demikian, bagi keduanya tidak menutup kemungkinan untuk terjadi dialog. Dialog yang mana diantara keduanya bisa saling memperkuat satu sama lain di dalam menghasilkan nilai atau makna yang baru bagi para penikmatnya.

Kellner dalam buku *Budaya Media* sebagaimana dikutip di dalam *Budaya Pop dan Gaya Hidup (Studi Kasus Korea Lovers di Makasar)* menyatakan:

“Radio, televisi, film dan berbagai produk lain dari industri budaya memberikan contoh tentang makna dari menjadi seorang pria atau wanita, dari kesuksesan atau kegagalan, berkuasa atau tidak berkuasa. Budaya media juga memberikan bahan yang digunakan banyak orang untuk membangun naluri tentang kelas mereka, tentang etnis dan ras, kebangsaan, seksualitas, tentang kita dan mereka. Budaya media membantu membentuk apa yang dianggap baik atau buruk, positif atau negatif, bermoral atau biadab”.²¹

Dengan kenyataan itu maka tak heran kemudian banyak orang meniru dan mengikuti segala sesuatu yang ditawarkan melalui media demi mendapat makna dan nilai tertentu. Mengacu kepada pemahaman yang penulis dapat dari buku *Branding Faith* karya Mara Einstein, maka berkenaan dengan pengidentifikasian

²¹ <http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/160/skripsi.rtf?sequence=5>, judul *Budaya Pop dan Gaya Hidup (Studi Kasus Korea Lovers di Makasar)* (diakses :10 Febuari 2012)

diri dan pembentukan makna para artis Korea dan penggemar budaya pop Korea itu tidak terlepas dengan yang namanya pemasaran. Makna dan nilai yang mereka terima dan yang selanjutnya mereka tawarkan dan pasarkan merupakan pengidentifikasian diri mereka terhadap makna dan nilai yang mereka terima dan yakini sebelumnya.²²

Melihat penampilan artis Korea seperti yang penulis paparkan di atas, hal tersebut dapat menjadi sarana promosi bagi bagaimana penampilan fisik terdefiniskan dan terstandarkan. Negrin menyatakan :

Di masyarakat postmodern, penampilan fisik telah menjadi pusat untuk mendefinisikan identitas pribadi, seperti yang telah ditunjukkan di dalam penyebarannya di surat kabar, majalah, dan televisi sehubungan dengan kesehatan, bentuk tubuh, dan perkara mendandani tubuh, dan dengan berlimpahnya produk-produk dan teknologi-teknologi yang berurusan dalam pembentukan dan menjadikan tubuh lebih indah, seperti pil diet, program – program olah raga, dan bedah kosmetik. Tiap-tiap orang diharapkan melakukan pemeliharaan tubuh yang telah dibentuk untuk mempertahankan dan meningkatkan kesehatan tubuh dan penampilan fisik, dan jika seseorang tidak melakukan hal itu maka dianggap sebagai tanda kealpaan moral.²³

Selanjutnya Negrin dengan mengutip Mike Featherstone mengatakan:”di dalam budaya konsumsi modern, suatu konsepsi diri telah muncul, yakni, diri yang sebagai pemeran, yang memberi penekanan pada penampilan, tontonan, dan manajemen citra/ kesan (*management of impressions*). Kenyataan itu menurut Negrin telah menggantikan pandangan abad ke sembilan belas yang lebih memberi perhatian kepada karakter dimana lebih mengutamakan pada kualitas-kualitas kewarganegaraan, demokrasi, tugas, pekerjaan, kehormatan, reputasi dan

²² Mara Einstein, *Branding Faith :Marketing religion in a commercial age*, (New York: Routledge,2008)

²³ Lewellyn Negrin, *Appearance and Identity: Fashioning the Body in Postmodernity*, (New York: Palgrave Macmillan, 2008), hal 9

moral. Seseorang lebih diidentifikasi dengan bagaimana penampilannya (terlihat) dari ada apa yang orang tersebut lakukan.²⁴

Dengan kenyataan itu boleh dikata jika penampilan fisik menjadi fokus utama dan menjadi penentu identifikasi serta menjadi identitas seseorang maka hal itu pada akhirnya dapat mengarah kepada pemahaman bahwa nilai diri seseorang didasarkan bagaimana penampilan orang tersebut. Pada akhirnya manusia hanya dinilai dari penampilan luarnya saja atau jika boleh menyitir istilah "*Don't judge a book by its cover*" (jangan menilai buku dari sampulnya) maka hal ini dapat mengarah pada keyakinan bahwa "*People is judged by his/her cover (appearance)*" (orang dinilai dari sampulnya (penampilannya)). Nilai seseorang diukur dengan standar budaya tertentu berdasar setara tidaknya penampilan orang tersebut dengan apa yang dipasarkan melalui media yang dihasilkan oleh budaya tertentu. Jika nilai dirinya tidak seperti standar yang ada maka orang itu akan mengalami krisis yang berkaitan dengan citra tubuhnya (*body image*).

Menurut Sarah Grogan "*body image*" adalah "Persepsi, pikiran, dan perasaan seseorang terhadap tubuhnya."²⁵ Sebagaimana dikutip oleh Baker, Russell dan Rice menambahkan bahwa, *body image* bukan hanya menunjuk pada masalah berat badan namun juga meliputi hal-hal lain seperti bentuk tubuh, warna kulit,

²⁴ Ibid, hal 9

²⁵ Sarah Grogan, *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women, and Children*, (New York: Routledge, 1999), hal 1

warna rambut, bentuk wajah, dan etnisitas, walaupun yang seringkali menjadi pokok mengenai *body image* adalah perkara berat tubuh.²⁶

Persoalan mengenai citra tubuh ini memang lebih banyak menyentuh kaum wanita, akan tetapi pada masa kini kaum pria juga mulai tersentuh dengan masalah ini sama seperti yang terjadi pada kaum wanita. Sebenarnya menurut Wyke dan Gunter dalam bukunya *The Body Image and Media* menyatakan bahwa persepsi seseorang mengenai citra tubuh dirinya tidaklah hanya dipengaruhi oleh media saja. Ada banyak faktor lainnya yang mempengaruhi citra tubuh seseorang, seperti misalnya latar belakang budaya, sosial, psikologi, dan lainnya.²⁷ Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh media terhadap citra tubuh cukup banyak dilakukan. Ada berbagai macam teori yang dipakai untuk melihat hubungan antara konsumsi media dan hubungannya dengan citra tubuh seseorang baik pria maupun wanita. Salah satu contoh hasil penelitian misalnya adalah seperti apa yang dipaparkan oleh Grogan berkenaan dengan hubungan citra tubuh dengan konsumsi media sebagai berikut:

Ogden and Munday (1996) present some interesting results from a study in which they exposed medical students (men and women) to images of either thin models or overweight individuals matched for gender. Measures of body satisfaction were taken before and after viewing. They found that participants showed significant decreases in satisfaction after viewing the thin models, and increased satisfaction after viewing the heavier models. This effect was not gender specific and was found in both men and women, although the effect was stronger for women. This study is one of the few in the existing literature that used pictures of overweight models, and shows that upward comparisons seem to have been made with the thin models, but downward comparisons with the plumper models. The

²⁶ Rachel Baker, *Subversive Hope: A Theology Of The Body That Speaks To The Issue Of Body Linage In The Lives Of Women*, hal 13 (diakses dari *Open Dissertations and Theses at DigitalCommons@McMaster*)

²⁷ Maggie Wykes dan Barrie Gunter, *The Body Image and Media*, London: SAGE Publications Ltd, 2005

study also supports the Grogan *et al.* (1996) study in showing that men are as likely to be affected by media models as women.²⁸

Penelitian tersebut memberi gambaran bahwa baik kaum pria ataupun wanita mendapat pengaruh yang sama berkenaan dengan konsumsi media, walaupun dalam hal ini efek yang ditimbulkan lebih banyak kepada kaum wanita. Lebih lanjut Grogan juga memaparkan bahwa model yang menjadi acuan bagi seseorang untuk untuk membandingkan diri seseorang dengan citra tubuhnya adalah para model pakaian, para aktor dan aktris dan bintang olah raga.²⁹

2. Munculnya Minat Kajian Teologis

Dari kenyataan bahwa media (khususnya dalam kaitan penulisan tesis ini adalah film) digunakan sebagai sarana penyebaran makna baik oleh budaya populer dan agama maka penulis melihat bahwa dialog antara budaya populer dengan teologi menjadi satu hal yang penting untuk dilakukan. Apalagi jika dilihat dari persentase jumlah penggemar budaya pop Korea seperti yang telah dipaparkan di atas, penggemar budaya pop Korea ini didominasi oleh para remaja dan kaum muda. Para remaja dan kaum muda merupakan generasi yang sedang mencari identitas dan seringkali mudah terpengaruh dengan apa yang menjadi konsumsi dan lingkungannya.

Hamzah di dalam tesis UKDW (2012) telah mengadakan penelitian berkenaan dengan serial Korea dengan judul “Pengaruh Sinetron Korea Dibandingkan Ajaran Gereja Bagi Pembentukan Karakter Remaja GKI Jalan Pangeran Diponegoro Magelang.” Dari penelitian tersebut Hamzah membuktikan hipotesanya bahwa penampilan dan karakter dari para remaja di gereja tersebut

²⁸ Grogan, *Body Image*, hal 116

²⁹ Grogan, *Body Image*, hal 135

lebih dipengaruhi oleh serial Korea dari pada ajaran gereja. Dalam penelitiannya Hamzah memaparkan nilai-nilai yang ada di dalam serial Korea dari positif dan negatifnya dan mendialogkannya dengan karakter yang ada di dalam pribadi Yesus. Dalam penelitian tersebut didapati bahwa responden lebih mengerti nilai-nilai dari karakter yang ada di dalam serial Korea sementara ajaran gereja mengenai Kristus dan karakternya kurang mereka pahami.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap 18 orang remaja yang tertarik terhadap serial Korea didapati bahwa 100% dari antara mereka (18 orang) mengerti karakter positif artis Korea, 66% dari mereka (12 orang) tertarik terhadap barang mewah para artis Korea, 22% dari mereka (2 orang) suka terhadap penampilan artis Korea, dan 39% dari mereka (7 orang) ingin menjadi seperti artis Korea. Sementara dari 21 orang remaja yang menyatakan lebih suka mendengarkan khotbah atau pengajaran gereja dari pada menyaksikan serial Korea (dimana didalam ke 21 orang tersebut termasuk juga 18 orang anak yang tertarik terhadap serial Korea tersebut) di dapati 77% dari mereka (16 orang) tidak mampu menjelaskan hal yang menarik dari iman Kristen/hal-hal yang telah disampaikan oleh pembina dan pembicara.³⁰

Dari hasil temuan Hamzah dalam penelitian itu didapati juga bahwa ada dari antara penggemar serial Korea di gereja tersebut yang tertarik untuk merubah penampilannya seperti artis Korea.³¹ Temuan tersebut bagi penulis memberikan penegasan bahwa media memberi pengaruh kepada penikmatnya dalam hal tersebut serial Korealah yang lebih mendominasi remaja di gereja tersebut.

³⁰ Hamzah, *Pengaruh Sinetron Korea Dibandingkan Ajaran Gereja Bagi Pembentukan Karakter Remaja GKI Jalan Pangeran Diponegoro Magelang*, Tesis UKDW Yogyakarta 2012, hal 71-72

³¹ Ibid, hal 10

Kenyataan tersebut memberi arti bahwa penelitian yang penulis lakukan berkaitan dengan refleksi teologis dari makna yang ada di dalam karya budaya populer Korea ini menjadi topik yang masih penting untuk dibahas. Hal ini menurut penulis juga dilandasi bahwa di dalam penelitiannya Hamzah memaparkan nilai-nilai positif seperti mengenai persahabatan, kesopanan, kerja keras dan juga nilai-nilai negatif seperti materialisme, tingkah konsumtif, eksklusifitas kelompok dan lainnya yang mempengaruhi para penikmat serial Korea tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamzah meliputi cakupan yang luas berkaitan dengan karakter sedangkan penulis di dalam tesis ini ingin membahas kepada cakupan yang lebih khusus berkaitan dengan citra tubuh manusia. Hal tersebut berkaitan dengan munculnya makna seperti misalnya: seorang pria dikatakan benar-benar pria jika dia bertubuh *macho* dengan perut *six pack*, berkulit putih, dan memiliki stamina yang prima. Seorang wanita dikatakan sebagai wanita yang cantik jika dia berkulit putih, bertubuh langsing, berambut lurus dan hal ideal lainnya dapat berasal dari makna yang timbul dari konstruksi media. Jika tidak memiliki penampilan seperti itu maka orang itu menjadi tidak memiliki rasa percaya diri, merasa ketinggalan zaman, tidak gaul, atau merasa gagal untuk menjadi pusat perhatian.

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis melihat film Korea yang berjudul *200 Pounds Beauty* menjadi gambaran dan dapat menjadi suatu studi kasus berkenaan dengan citra tubuh. Penulis melihat film tersebut memberi gambaran apa yang sedang menjadi tren di negeri asalnya seperti yang telah penulis paparkan di atas. Dengan kenyataan ini maka dapat dikatakan bahwa film tersebut menggambarkan realitas kehidupan manusia dan peristiwa yang dapat

benar-benar terjadi di tengah masyarakat (walaupun di sini tentu saja tidak bisa dilepaskan juga dengan agenda tersendiri dari si pembuat film). Oleh karena itu, di dalam penelitian ini penulis akan melakukan analisa terhadap film tersebut untuk menemukan makna yang ada di dalamnya dan kemudian melakukan refleksi teologis dari padanya.

3. Rumusan Masalah:

1. Bagaimanakah makna yang ada di dalam film *200 Pounds Beauty* mengenai citra tubuh?
2. Bagaimanakah refleksi teologis dari makna yang ada di dalam teks film *200 Pounds Beauty*? Bagaimanakah pengajaran teologi injili mengenai keberadaan manusia khususnya berkenaan dengan citra tubuh dapat berdialog dengan makna yang timbul dan didapat dari film tersebut?

4. Pembatasan Masalah

Untuk melihat bagaimana interaksi antara film dan teologi maka penulis akan membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Penulis akan menganalisa film *200 Pounds Beauty* untuk melihat makna yang ada di dalam film tersebut.
2. Dari makna yang didapat dari film itu kemudian dijadikan konteks di dalam melakukan refleksi teologis terhadapnya dengan mendasarkan pada teologi injili mengenai citra tubuh manusia.

5. Judul :

FENOMENA *THE KOREAN WAVE*

KONSEP CITRA TUBUH DALAM FILM “200 POUNDS BEAUTY” DAN DALAM TEOLOGI INJILI

Dari Judul itu menyatakan Fenomena *The Korean Wave* (Gelombang Korea atau Demam Korea) dengan memakai bahasa Inggris adalah untuk menarik perhatian. Sementara yang menjadi fokus penelitian di dalam tesis ini adalah berkaitan dengan konsep citra tubuh dalam film *200 Pounds Beauty* dan dalam teologi Injili. Dalam tesis ini penulis ingin mendialogkan antara film tersebut dengan teologi Injili. Dalam hal ini yang penulis maksudkan dengan teologi Injili adalah teologi mengenai keberadaan manusia yang penulis dapatkan ketika penulis studi program Sarjana Teologi di Sekolah Theologia Jemaat Kristus Indonesia Jl. Hasanudin 134 Salatiga- Jawa Tengah.

6. Tujuan Penelitian

1. Untuk meneliti makna yang ada di dalam film *200 Pounds Beauty* dalam hubungannya dengan citra tubuh dan menjadikan film tersebut sebagai studi kasus realita yang terjadi di tengah masyarakat.
2. Untuk memahami konsep citra tubuh manusia seturut dengan pemahaman dari budaya populer dengan pemahaman teologi (dari kelompok injili) dengan mendialogkan keduanya sehingga pembaca dapat mengambil sikap dan nilai berkenaan dengan tubuh/fisik.

7. Hipotesis:

1. Pemahaman seseorang mengenai citra tubuhnya mempengaruhi sikap/karakter seseorang di dalam memaknai diri pribadinya dan media memberi pengaruh di dalam hal itu.

2. Alkitab memiliki tema teologis berkenaan dengan keberadaan manusia utamanya berkaitan dengan citra tubuh manusia yang dapat didialogkan dengan pembentukan makna yang timbul di dalam aktivitas menonton film.

8. Tahapan Penelitian:

1. Penulis akan terlebih dahulu memaparkan hubungan antara teologi dan film, serta kemungkinan melakukan refleksi teologis melalui makna yang ada di dalam sebuah film sebagai landasan teori.
2. Penulis akan meneliti makna yang ada di dalam film *200 Pounds Beauty* menggunakan pendekatan *text based approach*
3. Setelah mengetahui makna yang ada di dalam film tersebut penulis akan menggali pemahaman tentang keberadaan manusia berdasarkan teologi injili, khususnya mengenai citra tubuh.
4. Penulis akan mendialogkan pembentukan makna yang ada di dalam film tersebut dengan pemahaman teologi injili berkenaan dengan keberadaan manusia berkenaan dengan citra tubuhnya (*body image*).

9. Kerangka Teori

Film bukanlah suatu bidang yang kosong, film terdiri dari teks yang merupakan bagian kecil dari struktur besar masyarakat. Teks tersebut bukanlah sesuatu yang datang dari langit, bukan juga suatu ruang hampa yang mandiri. Akan tetapi, teks dibentuk dalam suatu praktik diskursus, suatu praktik wacana. Film adalah dokumen kehidupan sosial sebuah komunitas. Film mewakili realitas kelompok masyarakat pendukungnya itu. Baik realitas dalam bentuk imajinasi ataupun realitas dalam arti sebenarnya. Film menunjukkan jejak-jejak yang

ditinggalkan pada masa lampau, cara menghadapi masa kini dan keinginan manusia terhadap masa yang akan datang. Dalam perkembangannya film bukan lagi sekedar usaha menampilkan “citra bergerak” (*moving images*), namun juga telah diikuti muatan-muatan kepentingan tertentu seperti politik, kapitalisme, hak asasi manusia atau gaya hidup.³²

Di dalam buku *Reel Spirituality*, Robert K. Johnston memaparkan lima pendekatan teologi di dalam menanggapi sebuah film. Kelima pendekatan tersebut adalah :

1. *Avoidance* (Menghindari), dimana dalam hal ini film merupakan barang yang dihindari bahkan diboikot karena dinilai tidak layak dikonsumsi.
2. *Caution* (Mewaspada) dalam hal ini film dipilah-pilah dan dipilih secara selektif berdasarkan sikap etis dan keagamaan sehingga dengan demikian film tidak mempengaruhi moral.
3. *Dialogue* (Percakapan) adalah pendekatan dimana si penikmat film memunculkan pertanyaan-pertanyaan seperti apa yang film ini katakan kepadaku dan apa yang mesti kukatakan tentang film itu. Jadi disini terdapat dialog dua arah antara film dan penontonnya, dimana di dalamnya terjadi dialog.
4. *Appropriation* (Penyesuaian) adalah pendekatan dimana si penonton berusaha mendapatkan perenungan melalui film dan mengeksplorasi bagaimana perenungan itu diciptakan oleh konsepsi awal (prekonsepsi).
5. *Divine encounter* (Perjumpaan ilahi) dimana melalui pendekatan tersebut si penonton memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang Allah setelah menonton film tersebut.³³

Jika melihat kelima pendekatan yang dipaparkan oleh Johnston tersebut, Romanowski lebih melihat film sebagai sarana dialog dan bukan sesuatu untuk dihindari (*avoidance*) ataupun diwaspadai (*caution*). Menurutnya bahwa film selain menghibur, film juga memiliki peran yang penting di dalam pembentukan persepsi orang, menginformasikan sikap dan pendapat orang dengan memberikan

³² Syafrida Nurrachmi F., *Wacana Atheisme Dalam Film*, Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Vol.7 No.1 April 2007, hal 21 diakses di <http://eprints.upnjatim.ac.id/3114/> (Diakses : 19 Mei 2012)

³³ Robert K. Johnson, *Reel Spirituality: Theology and Film in Dialogue*, (Grand Rapids, MI: Baker Books, 2000), hal 41

peta-peta realitas sosial yang terjadi pada masanya.³⁴ Dari kenyataan tersebut maka sebenarnya melalui film seseorang bisa belajar tentang sesuatu dan mengetahui apa yang sedang berlangsung di tengah masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Jadi dengan demikian, jika dinyatakan di atas bahwa film memberi peran di dalam pembentukan persepsi orang, menginformasikan sikap dan pendapat orang mengenai realitas pada masanya, maka sehubungan dengan penelitian ini adalah penelitian teologis, mungkin ada yang bertanya apa hubungannya hal itu dengan agama dan teologi? Mulai dari premis awalnya bahwa menonton film (*film-watching*) adalah suatu kegiatan seperti agama (*religion-like activity*) Marsh melalui buku *Theology Goes to The Movie* mencoba menggali cara-cara dimana film mensyaratkan para penikmatnya bersentuhan dengan tingkatan-tingkatan seperti hal yang menyentuh masalah kognitif, afektif, estetika dan etika. Marsh di dalam bukunya juga menjelaskan bahwa praktik masyarakat menonton film memiliki dimensi keagamaan. Mengacu pada penggalan Marsh berkenaan dengan hal tersebut berikut ini penulis paparkan hubungan antara film, agama dan teologi.

Marsh mengutip Hoover dalam buku *Religion in the Media Age* memberikan deskripsi penelitian berkenaan dengan efek pola konsumsi media pada agama. Mengenai hal itu Hoover mengatakan bahwa sebagaimana agama berjalan ada hubungannya dengan efek yang ditimbulkan karena konsumsi media. Media dan agama merupakan kenyataan yang tidak bisa dengan mudah

³⁴ William D. Romanowski, *Eyes Wide Open: Looking for God in Popular Culture*, (Grand Rapid: Brazos Press, 2001), hal 69

dipisahkan. Agama dan media menempati ruang yang sama, melayani pada tujuan yang sama, menghidupkan praktik yang sama.³⁵

Marsh lebih lanjut mengatakan bahwa empat aspek agama (mitos/narasi, ritual, komunitas, dan spiritualitas) juga terlihat ada pada mereka yang menjadi penikmat-penikmat film (*cinema goers*). Jika di dalam agama ada narasi yang menuntut adanya kepercayaan kepada apa yang tertulis di dalam narasi kitab suci (baik apakah yang tertulis itu benar-benar terjadi atau tidak) demikian juga penikmat film melihat hal yang sama. Berkaitan dengan ritual (atau yang disebut juga dengan mitos yang dijadikan peraturan) yang dijalankan agama, demikian juga para penikmat film menjalankan semacam ritual. Mereka seakan seperti menjalankan ritual tertentu dengan aktivitas menonton film pada waktu-waktu tertentu. Sedangkan yang berkenaan dengan komunitas, seperti halnya agama membentuk komunitas-komunitas tertentu, para penikmat film membentuk komunitas tertentu pula. Di dalam menikmati film para penikmat film juga bersama-sama dengan individu-individu yang lainnya menikmati film itu. Berkaitan dengan spiritualitas, meskipun tidak semua spiritualitas adalah agama namun agama sendiri tidak dapat terlepas dari spiritualitas. Kekristenan menghubungkan spiritualitas dengan suatu proses yang terjadi baik secara individual maupun komunal. Para penikmat film ketika menonton film mereka memberi makan “batinnya” dengan cara film itu menyetir emosinya, menguji indera/rasanya, menarik si penikmat ke dalam narasi-narasi tertentu. Film dapat

³⁵ Clive Marsh, *Theology Goes to The Movie*, (London: Routledge, 2007), hal 12-14

membuat orang tertawa, menangis, teriak, menghela nafas, film juga menolong orang untuk hidup lebih penuh.³⁶

Hal itu tentu saja bukan berarti bahwa setiap aspek yang ada di dalam agama memiliki keserupaan yang sama persis dengan apa yang ada di dalam film (penikmat film). Ada hal-hal khusus yang tentu saja berbeda dari padanya, namun demikian ada unsur-unsur yang di dalam aspek agama terdapat juga di dalam film/kepada penikmat film. Dengan demikian agama dan film (media) memiliki hubungan yang erat dan saling mempengaruhi.

Sementara itu berkenaan dengan hubungan kedua hal itu dengan teologi dapat dijelaskan sebagai berikut. Teologi adalah pembicaraan mengenai Tuhan untuk menolong bagaimana manusia hidup dan di dalam memahami kehidupannya dengan lebih baik. Tanpa adanya agama maka pembicaraan mengenai teologi tidak akan pernah ada. Pokok perhatian teologi timbul dari praktik agama. Hal ini karena agama bukan hanya sekedar sekumpulan ide-ide dan kepercayaan namun terdiri dari ritual-ritual dan praktik-praktik yang membentuk dan dibentuk oleh ide-ide dan kepercayaan-kepercayaan. Pokok bahasan teologi juga adalah hasil dari cara bagaimana agama berinteraksi dengan budaya dimana agama itu berada.³⁷

Berkenaan dengan hal ini, Hoover memberikan kesimpulan yang penting mengenai hubungan antara media, agama, dan teologi sebagai berikut:

- a. Bahwa ritual, praktik, ide, dan kepercayaan antara agama dan teologi berkaitan dengan produk yang dihasilkan dalam budaya dimana agama dan teologi itu berada.

³⁶ibid, hal 34-38

³⁷ibid, hal 12-14

- b. Ada indikasi bahwa orang-orang yang tidak memiliki tradisi agama meskipun demikian membuat arti (pembentukan makna) dengan cara yang sama dengan mereka yang memilikinya
- c. Harus diberi perhatian betapa pembentukan makna pribadi itu terjadi. Satu tekanan yang dinyatakan Hoover bahwa orang membuat makna melalui konstruksi dari narasi koheren diri mereka sebagai peserta yang aktif di sekitar wilayah sosial dan budaya.
- d. Kenyataan peran media dalam pembentukan makna menuntut adanya evaluasi yang lebih positif berkenaan dengan media tersebut lebih dari yang mereka sering terima di dalam disiplin teologi dan studi keagamaan.³⁸

Lebih lanjut menurut Hoover tidak ada seorangpun yang tidak terlibat secara langsung dengan konsumsi dan juga tugas/proses pembentukan makna (*meaning making*). Hoover menunjukkan bahwa isu-isu mengenai partisipasi, kepemilikan, empati, dan kapasitas yang transparan untuk memahami apa artinya “berkomitmen” pada perspektif tertentu muncul di dalam budaya yang didominasi oleh media. Film utamanya bekerja di wilayah emosi, demikian juga di wilayah rasa (*sense/indera*). Film memiliki kemampuan sebagai suatu media untuk menarik para pemirsanya terlibat serta di dalam pengalaman dalam *subject matter* (pokok perhatian) dari cerita yang disajikan dalam film itu.³⁹

Marsh lebih lanjut menyatakan bahwa di dalam memahami kaitan film dan teologi, disiplin teologi diingatkan bahwa teologi sendiri adalah disiplin ilmu yang multi dimensi. Jika teologi dipahami bukan hanya sekedar sekumpulan ide dan kepercayaan, maka tugas para teolog akan berhubungan pada rangkaian praktik dan pengalaman-pengalaman kehidupan. Teologi harus melihat dirinya sendiri sebagai suatu disiplin yang memberi perhatian pada ruang aspek afektif, estetika, dan etika manusia, demikian juga aspek kognitif. Semua aspek ini menyatu, dan

³⁸ibid, hal 22-23

³⁹ibid, hal 23-24

jika teologi mengesampingkan aspek ini, maka tugas teologi tidak lagi sesuai dengan apa yang menjadi tujuannya. Jika seorang teolog menekankan aspek disiplin kognitif saja maka boleh dikata teolog itu gagal menghargai manusia karena pikiran itu sendiri dilakukan dan ada di dalam diri manusia. Lebih jauh lagi ketika mempraktikkan teologi melalui refleksi film (interaksi antara film dan teologi), hal itu memberi kesempatan kepada teolog itu untuk menghargai bahwa teologi bukanlah sekedar mengenai kepercayaan-kepercayaan, namun juga mengenai bagaimana kepercayaan-kepercayaan itu dapat dirasakan dan dihidupi.⁴⁰

Romanwoski dengan mengutip James Wall menyatakan bahwa film adalah suatu kendaraan yang melaluinya si artis menghadirkan visinya (imajinasinya). Dengan demikian tugas orang Kristen dalam hal ini adalah mengevaluasi visi itu di dalam terang pemahamannya yang berakar pada iman Kristen.⁴¹ Film juga dapat menolong para teolog memahami apa yang terjadi di dalam masyarakat pada masanya sebagaimana ditulis oleh Melanie J. Wright dalam bukunya *Religion and Film* sebagai berikut : *One Christian theologian writing on film suggests that: like the rabbits in the coal mines in nineteenth-century England that were used to sniff out poisonous gases, movies can smell the currents in our society, exploring dimensions of reality that are there for us as well, but which we [i.e. Christian theologians] have not fully perceived.*⁴² Senada dengan hal ini

⁴⁰ Ibid, hal 25-26

⁴¹ Romanwoski, *Eyes Wide Open: Looking for God in Popular Culture*, hal 64

⁴² Melanie J. Wright, *Religion and Film*, (London: I.B Tauris & Co Ltd, 2007), hal 14

Lyden menyatakan : *film offers a vision of the way the world should be (in the view of the film) as well as statements about the way it really is.*⁴³

Dengan kenyataan tersebut, maka penelitian teologis berkenaan dengan film menjadi satu hal yang penting untuk seorang teolog melihat konteks yang terjadi pada masanya. Dari kelima pendekatan yang dipaparkan oleh Johnston tersebut di atas penulis di dalam tesis ini memakai pendekatan dialog, dimana penulis akan meneliti makna dan nilai yang ada di dalam film dan kemudian mendialogkannya dengan teologi.

10. Metode Penelitian

Metode penelitian tesis ini mengacu dari buku Gordon Lynch yang berjudul *Understanding Theology and Popular Culture*. Menurut Lynch, dengan mengadopsi pendekatan studi kasus (*a case study approach*) untuk melihat bagaimana pendekatan-pendekatan yang berbeda untuk menggali budaya populer dapat memberi informasi analisa teologis (*theological analyses*) dari suatu bentuk budaya populer tertentu. Berkaitan dengan hal ini ada tiga macam pendekatan yang dapat dipakai untuk menemukan makna (*meaning*) dari sebuah karya budaya populer seperti film. Ketiga pendekatan itu adalah:

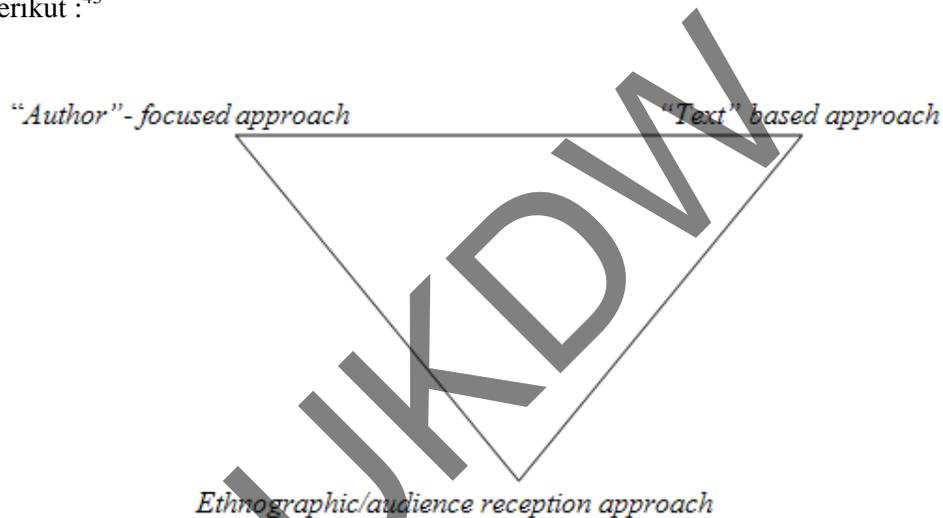
- a. *Author-focused approach* adalah pendekatan yang difokuskan penggalian bagaimana budaya pop tertentu (seperti film, novel, atau musik) merefleksikan latar belakang, status, kepribadian, dan maksud dari penulis atau kelompok penulis. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa dengan memahami penulis lebih lagi maka akan dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas dari makna inti (*core meaning*) dari suatu bentuk budaya populer yang dipelajari.
- b. *Text based approach* adalah pendekatan ini berusaha menggali bagaimana makna di dalam “teks” budaya populer (yang termasuk apapun

⁴³John C. Lyden, *Film as religion : myths, morals, and rituals*, (New York and London: New York University, 2003), hal 4

dari program televisi sampai program fashion). Melalui pendekatan ini peneliti berusaha membaca arti teks budaya populer tanpa referensi pikiran atau maksud penulis. Pendekatan ini lebih melihat bagaimana bahasa dan simbol membawa makna-makna budaya (*cultural meanings*).

c. *Ethnographic or audience reception approach* adalah pendekatan yang lebih fokus pada apa makna-makna yang dimiliki oleh budaya populer yang dimaknai oleh penikmatnya. Hal ini juga termasuk makna-makna apa saja yang penikmat budaya populer itu maknai dari menonton film atau program televisi tertentu.⁴⁴

Hubungan ketiga pendekatan tersebut bila digambarkan adalah sebagai berikut :⁴⁵



Menurut Lynch, pendekatan-pendekatan yang disebutkan di atas bukanlah pendekatan-pendekatan hirarkis dimana yang satu lebih penting dari pada yang lainnya. Lynch menyatakan bahwa pendekatan itu dapat dianggap sebagai yang disebut Lynch dengan istilah jaringan (*net work*) dari berbagai metode yang berguna untuk memberi penerangan (*illuminating*) budaya populer dengan berbagai cara yang berbeda. Dengan membatasi hanya menggunakan satu metode maka berarti juga membatasi perenungan (*insights*) yang dapat diperoleh

⁴⁴ Gordon Lynch, *Understanding Theology and Popular Culture*, (Malden: Blackwell Publishing, 2005), hal 112-120

⁴⁵ *Ibid*, hal 114

mengenai budaya populer yang dipelajari. Menurut Lynch dengan menggunakan serangkaian metode untuk mempelajari budaya populer, maka pemahaman yang lebih kaya dan menyeluruh dari budaya populer yang dipelajari akan dapat diperoleh.

Di dalam menemukan makna (*meaning*) film *200 Pounds Beauty* tersebut penulis hanya akan memakai *text based approach* (pendekatan teks) saja. Pendekatan teks ini fokus pada bagaimana bentuk dan isi dari sebuah teks berfungsi untuk membangun rangkaian makna yang mungkin, baik melalui studi pentingnya karakter – karakter yang berbeda atau gambar-gambar yang ada di dalam sebuah film, cara bagaimana narasi/cerita dibangun atau macam-macam bahasa dan gambar yang dipakai di dalam website, metode ini lebih fokus pada bagaimana bahasa yang dikatakan, ditulis, yang divisualkan, dan dimusikkan/dilagukan membangun makna. Oleh karena itu dengan mempelajari teks itu sendiri, dapat diperoleh perspektif/wawasan yang lebih luas dari makna-makna yang ada di dalam film.⁴⁶

11. Sistematika Penulisan :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Analisa Film *200 Pounds Beauty*

Pada bab ini akan diuraikan kisah film yang berjudul *200 Pounds Beauty* dan makna yang ada di film ini.

⁴⁶ Ibid, hal 135

Bab III Konsep Tubuh Menurut Alkitab

Pada bab ini akan diuraikan mengenai Teologi Tubuh menurut teologi Injili. Secara umum penulis akan menggali pemahaman teologi berkenaan dengan keberadaan tubuh manusia.

Bab IV Dialog Teologi dan Film *200 Pounds Beauty*

Pada bab ini akan diuraikan refleksi teologis dari Film *200 Pounds Beauty* dengan melakukan dialog antara film ini dengan teologi.

Bab V Kesimpulan

Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan yang sudah dilakukan.



BAB V

KESIMPULAN

The Korean Wave (Demam Korea) sedang menjadi tren di Indonesia dan negara-negara lain. Budaya pop Korea ini melalui sarana media seperti internet, film, drama, dan berbagai literatur memberi pengaruh kepada budaya-budaya di negara-negara tersebut termasuk kepada individu. Dari sekian banyak pengaruh yang dibawa budaya pop Korea, tesis ini melihat pengaruh berkenaan dengan citra tubuh seseorang dengan menggunakan film sebagai studi kasusnya.

Film terdiri dari teks yang merupakan bagian kecil dari struktur besar masyarakat. Film menunjukkan jejak-jejak yang ditinggalkan pada masa lampau, cara menghadapi masa kini dan keinginan manusia pada masa yang akan datang. Film bukanlah barang yang netral karena di dalamnya dapat memuat kepentingan-kepentingan tertentu seperti politik, kapitalisme, hak asasi manusia, dan gaya hidup. Berdasarkan hal ini maka penelitian teologis melalui dialog teologi dan film menjadi hal yang sangat diperlukan. Hal ini dilakukan karena teologi merupakan suatu disiplin ilmu yang multi dimensi. Teologi memberi perhatian pada aspek afektif, estetika, etika, dan juga aspek kognitif manusia. Jadi di dalam hal ini teologi bukan sekedar sekumpulan ide dan kepercayaan saja. Teologi adalah juga mengenai bagaimana kepercayaan-kepercayaan itu dirasakan dan dihidupi. Jadi dengan demikian teologi dapat memberi sumbangsih yang sesuai berkenaan dengan isu-isu yang menyangkut realita kehidupan di dalam masyarakat.

Di dalam penelitian ini, film *200 Pounds Beauty* menjadi film yang dijadikan sebagai studi kasus. Melalui pendekatan teks (*text based approach*) di dalam tesis ini penulis menganalisa film tersebut untuk mendapatkan makna yang ada di dalam film ini. Film ini menggambarkan bagaimana seseorang mengalami masalah hidup berkenaan dengan citra tubuhnya. Citra tubuh yang negatif yang disebabkan:

Pertama, karena bentuk tubuh yang tidak sesuai dengan standar kecantikan masyarakat pada masa kini, yang lebih menghargai bentuk tubuh yang langsing dan cantik dari pada orang yang gendut. Hal tersebut terlihat dari kehidupan si tokoh utama (Hanna) dimana di dalam film tersebut digambarkan sebagai seorang wanita yang memiliki talenta menyanyi namun dengan talenta itu tidak menjadikan dirinya percaya diri karena keadaan tubuhnya. Si tokoh utama dalam film tersebut adalah seorang wanita yang bertubuh super gemuk (*over weight*). Di samping keadaan tubuhnya menjadikan si tokoh utama tidak memiliki kepercayaan diri, pada saat yang sama melalui nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat si tokoh utama juga mempercayai bahwa tubuhnya adalah juga penghambat bagi dirinya untuk mendapatkan cinta.

Kedua, karena ingin memperoleh kecantikan menurut standar yang ada di dalam masyarakat melalui operasi plastik. Operasi plastik itu dijalankan oleh si tokoh utama disebabkan karena standar kecantikan yang menjadikannya mengalami persoalan kepercayaan diri dan merasa tidak akan pernah mendapatkan cinta. Untuk mendapatkan kepercayaan diri dan cinta itu si tokoh utama melakukan operasi plastik pada tubuhnya secara menyeluruh. Operasi plastik tersebut memang memberi jalan keluar bagi si tokoh utama untuk

memperoleh kepercayaan diri dan cinta, namun pada saat yang sama membawa masalah bagi si tokoh utama. Masalah yang timbul tersebut berkaitan dengan konsekwensi-konsekwensi reaksi masyarakat yang pro dan kontra terhadap tindakan tersebut, kehilangan identitas diri, dan hidup di dalam kebohongan.

Teologi tubuh dapat menjadi sarana dialog berkenaan dengan masalah citra tubuh yang digambarkan di dalam film tersebut. Teologi tubuh memberi kenyataan bahwa:

Pertama, bahwa manusia adalah pribadi yang diciptakan Allah dan menyandang gambar Allah. Kenyataan tersebut memberi pemahaman bahwa manusia sebagai pribadi memiliki hak dan kebebasan untuk memutuskan segala hal yang berkenaan dengan dirinya. Manusia bebas melakukan apa saja pada tubuhnya termasuk melakukan operasi plastik pada tubuhnya secara menyeluruh karena alasan untuk memperoleh kepercayaan diri dan cinta. Namun kenyataan manusia sebagai ciptaan yang menyandang gambar Allah memberi pemahaman bahwa segala hal yang dilakukan manusia harus dipertanggung jawabkan di hadapan Allah.

Kedua, kenyataan bahwa manusia adalah ciptaan yang menyandang gambar Allah juga memberi implikasi bahwa nilai hidup manusia berkenaan dengan tubuh tidak bergantung dengan standar nilai yang diberikan dan diyakini oleh masyarakat. Kenyataan sebagai gambar Allah dapat memberi keyakinan bahwa manusia diciptakan dengan amat baik sehingga kenyataan ini semestinya dapat memberi nilai diri dan kepercayaan diri pada dirinya.

Meskipun gambar Allah di dalam diri manusia mengalami kerusakan oleh karena dosa tetapi gambar Allah di dalam diri manusia tidak hilang. Namun

demikian, gambar Allah yang rusak ini membawa identitas diri manusia juga mengalami kekacauan. Gambar Allah yang rusak ini mengalami perbaikan dan penyempurnaan ketika manusia memiliki relasi dengan Kristus. Melalui Kristus sebagai gambar Allah yang sempurna manusia memperoleh teladan untuk hidup, menilai diri, dan sesamanya serta menghayati cinta kasih yang sejati.

© UKDW

Daftar Pustaka

- Badaracco, Claire Hoertz, *Quoting God: How Media Shape Ideas about Religion and Culture* Texas :Baylor University Press,2005
- Barger,Lilian C., *Eve's Revenge: Women and a Spirituality of the Body*. Grand Rapids, MI: Brazos, 2003
- Berkhof, Louis *Teologi Sistematika*, Surabaya: Momentum,2001
- Einstein, Mara, *Branding Faith :Marketing religion in a commercial age*, New York: Routledge,2008
- Erickson, Millard J., *Christian Theology*, Grand Rapids:Baker Academic,2006
- Grudem, Wayne, *Systematic Theology*, Grand Rapids: Zondervan Publishing House, 2000
- Heuken SJ, A, *Ensiklopedi Gereja*, Jakarta: Yayasan Cipta Loka Caraka, 2004
- Hoekoema, Anthony A. , *Manusia: Ciptaan Menurut Gambar Allah*, Surabaya: Momentum, 2003
- Hoover, Stewart M., *Religion in The Media Age*, New York: Routledge, 2006
- Johnson, Robert K., *Reel Spirituality: Theology and Film in Dialogue*, Grand Rapids, MI: Baker Books, 2000
- Kittel, Ed, *Theological Dictionary*, Grand Rapids: Eerdmans Publishing House, 1966.
- Lyden, John C., *Film as religion : myths, morals, and rituals*, New York and London: New York University, 2003
- Lynch,Gordon, *Understanding Theology and Popular Culture*, Malden: Blackwell Publishing.2005
- Marsh, Clive, *Theology Goes to The Movie*, London: Routledge, 2007

- McGrath, Alister E. *Theology The Basic*, USA: Blackwell Publishing, 2004
- Negrin, Lewellyn, *Appearance and Identity: Fashioning the Body in Post modernity*, New York: Palgrave Macmillan, 2008
- Packer, James I. dan Oden, Thomas C. *One Faith: The Evangelical Consensus*, Downers Grove: Inter Varsity Press, 2004
- Romanowski, William D., *Eyes Wide Open: Looking for God in Popular Culture*, Grand Rapid: Brazos Press, 2001
- Shim, Doobo, *Media, Culture & Society* ©, London: SAGE Publications, 2006
- Song, Choan Seng, *Allah Yang Turut Menderita*, Jakarta: BPK Gunung Mulia, 1993
- Thiessen, Henry C., *Teologi Sistematis*, Malang: Gandum Mas, 1993
- Tindas, Arnold, *Ketaksalahan Alkitab*, Yogyakarta: STII, 1996
- Tong, Stephen *Peta dan Teladan Allah*, Surabaya: Momentum, 1995
- Verkuyl, J., *Etika Kristen (Kapita Selekta)*, Jakarta: BPK Gunung Mulia, 1989
- Wright, Melanie J., *Religion and Film*, London: I.B Tauris & Co Ltd, 2007
- Wykes, Maggie dan Gunter, Barrie, *The Body Image and Media*, London: SAGE Publications Ltd, 2005
- Walvoord, John F. *Yesus Kristus Tuhan Kita*, Surabaya: YAKIN, tanpa tahun
- Wessels, Anton, *Memandang Yesus: Gambar Yesus dalam Berbagai Budaya*, Jakarta: BPK Gunung Mulia, 1990
- The Korean Wave A New Pop Culture Phenomenon*, Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2011
- K Pop: A New Force in Pop Music*, Korean Culture and Information Service Ministry of Culture, Sports and Tourism, 2011

Tesis :

Baker, Rachel , *Subversive Hope: A Theology Of The Body That Speaks To The Issue Of Body Linage In The Lives Of Women*, diakses dari *Open Dissertations and Theses at DigitalCommons@McMaster*

Hamzah, *Pengaruh Sinetron Korea Dibandingkan Ajaran Gereja Bagi Pembentukan Karakter Remaja GKI Jalan Pangeran Diponegoro Magelang*, Tesis UKDW Yogyakarta 2012

Sumber lain:

Becking, Bob dan Korpel, Marjo C.A., *To Create, To Separate or To Construct: An Alternative for a recent proposal as to the inpretation of Bara in Gen 1:1-2:4a*, *Journal Hebrew Scripture*, Volume 10, Article 3, hal 2

Boyd, *One's Self Concept and Biblical Theology*, *Journal of The Evangelical Theological Society* Edisi Juni 1997 hal 207-327,

Dyrness, William A., *The Imago Dei And Christian Aesthetics*, di dalam *Journal of the Evangelical Theological Society*, hal 161

Holliday, Ruth dan Hwang, Jo Elfving, *Gender, Globalization and Aesthetic Surgery in South Korea*, http://leeds.academia.edu/RuthHolliday/Papers/744838/Gender_Globalization_and_Cosmetic_Surgey_in_South_Korea (Diakses : 25 Maret 2012)

Ladd, George Eldon, *The Greek Versus the Hebrew View of Man* diambil dari www.PresentTruthMag.com vol 29 (diakses 12 Mei 2012)

Nurrachmi F., Syafrida, *Wacana Atheisme Dalam Film*, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* Vol.7 No.1 April 2007, hal 21 diakses di <http://eprints.upnjatim.ac.id/3114/>

Johnson, Kimberly R. & Holmes, Bjarne M., *Contradictory Messages : A Content Analysis of Hollywood-Produced Romantic Comedy Feature Films*, *Communication Quaterly* Vol. 37, No. 3 July – September 2009, hal 353

Harrell, Eben, *Are Romantic Movies Bad For You?* <http://www.time.com/time/health/article/0,8599,1868389,00.html>

http://www.etsjets.org/files/JETS-PDFs/15/15-3/15-3-pp161-172_JETS.pdf ;

<http://tissasasnida.net/ketika-bentuk-tubuh-punya-sejarah/>

http://christ.org.tw/bible_and_theology/Theology/Ugly_Savior_%28academic_version%29.htm

http://christ.org.tw/bible_and_theology/Theology/Ugly_Savior_%28academic_version%29.htm

http://www.etsjets.org/files/JETS-PDFs/15/15-3/15-3-pp161-172_JETS.pdf

http://en.wikipedia.org/wiki/Josei_manga

<http://www.mangaupdates.com/authors.html?id=5618>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Satire>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Farce>

<http://id.wikipedia.org/wiki/Parodi>

http://en.wikipedia.org/wiki/200_pounds_beauty

<http://www.exodiac.com/film/review-EMR0000323.htm>

http://id.wikipedia.org/wiki/The_Grand_Bell_Awards

<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/160/skripsi.rtf?sequence=5>, judul Budaya Pop dan Gaya Hidup (Studi Kasus *Korea Lovers* di Makasar)

http://www.asianplasticsurgeryguide.com/koreatrends/1108_uncomfortable-trend.html

http://www.seoulstyle.com/index.php/art_plasticFantastic.htm.

<http://www.mediaindonesia.com> Jumat, 21 Januari 2011 07:30 WIB Operasi Plastik Jadi Tren di Korea Selatan

http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr//2/hi/programmes/from_our_own_correspondent/4229995.stm

<http://www.tyas.be/files/%5BKCS-leuven%5Dpaper-TyasHuybrechts-film010708.pdf>