

## BAB V

### SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis penelitian yang telah peneliti lakukan sebelumnya, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa kesimpulan mengenai hiperrealitas *Korean Wave* dalam tren kecantikan terhadap dekonstruksi maskulinitas di kalangan penggemar Korea di Bandung adalah sebagai berikut :

##### 5.1.1. Simpulan Umum

Masyarakat Bandung saat ini hidup dalam dunia transkultural, yang ditunjukkan dengan kemudahan penyebaran informasi mengenai budaya populer. Karena dunia transkultural tersebut, fenomena *Korean Wave* masih eksis di tengah masyarakat Bandung hingga saat ini. Fenomena ini tidak hanya meliputi drama, film, dan musik Korea saja, tetapi juga berhasil membuat produk serta tren kecantikan Korea menjadi komoditas yang paling diminati oleh penggemar Bandung. *Korean Wave* memperkenalkan produk dan tren kecantikan Korea yang baru, di mana produk estetika tidak harus selalu berkaitan dengan perempuan. *Korean Wave* menciptakan hiperrealitas bagi para penggemarnya melalui kualitas *visual* aktor maupun *idol* Korea yang terlihat sempurna. Meskipun terdapat perbedaan budaya antara idol dan penggemar Korea, namun kesempurnaan yang ditampilkan menumbuhkan keinginan untuk mengikuti tren dan mengonsumsi produk kecantikan Korea, termasuk di kalangan penggemar laki-laki. Di sisi lain, fenomena ini melahirkan pemaknaan ulang mengenai kecantikan dan makna maskulinitas di tengah penggemar di Bandung. Ada penambahan kriteria baru mengenai maskulinitas melalui citra/tanda yang ditampilkan secara visual oleh aktor dan *idol* Korea, sehingga pandangan maskulinitas di kalangan penggemar Korea tidak lagi sama dengan pandangan maskulinitas secara umum di masyarakat Bandung.

### 5.1.2 Simpulan Khusus

Melalui simpulan umum yang telah dipaparkan, peneliti menarik beberapa kesimpulan khusus seperti yang telah dirumuskan, yaitu :

1. Hiperrealitas yang digambarkan dalam drama, film, dan musik *K-pop* membuat tren kecantikan Korea ikut dikonsumsi penggemar. Tren kecantikan ini menampilkan visual dari aktor, aktris, dan idol Korea yang sempurna sehingga direpresentasikan kembali oleh para penggemar Korea Bandung pada kehidupan sehari-hari. Unsur *kkotminam* (lelaki tampan) yang dicitrakan oleh aktor dan idol Korea menjadi alternatif baru bagi penggemar Korea Bandung. Citra baru tersebut ditampilkan kembali oleh penggemar Korea Bandung seperti oleh anggota *cover dance* yang turut serta dalam mengaplikasikan *bb cream*, *cushion*, *eyeliner*, *eyebrow* dan *ombre* pada bibir. Tren kecantikan Korea dengan *slogan* memukau kerap kali mendorong penggemar di Bandung untuk berperilaku konsumtif seperti klaim pada celana jeans yang bisa menurunkan berat di kaki sebanyak 5kg secara langsung, ataupun klaim dari *skincare* Korea seperti halnya *one day one sheet mask* yang bisa membuat wajah tampak lebih sehat, putih dan *glowing* dengan cepat. Padahal fakta yang dirasakan dari pengalaman penggemar Korea Bandung terkadang berbeda dengan apa yang diklaim dan digambarkan oleh ikon dari produk dan tren kecantikan Korea (merujuk pada *brand ambassador*).

2. Maskulinitas yang dalam pandangan masyarakat umum dominannya memiliki karakter tradisional seperti *manly* (gagah), kuat, dan berotot mengalami pergeseran karena adanya *Korean Wave*. Awalnya penggemar Korea di Bandung memaknai kata maskulinitas dengan sosok laki-laki seperti pandangan masyarakat umum. Namun, kemunculan fenomena *Korean Wave* dengan mengikutsertakan sosok dari idol dan aktor Korea dalam tren kecantikan, berhasil mengubah pandangan penggemar Korea dalam melihat sosok laki-laki. Sosok laki-laki bagi penggemar Korea Bandung tidak cukup dengan karakteristik kelelakiannya, tetapi perlu juga untuk bisa berpenampilan rapi, *modist* (kekinian), bersih, serta ditunjang dengan sifat penyayang, romantis, dan sabar seperti sosok Gong Yoo, Jo In Sung, Cha Seung Woon bahkan Seo Ji Sub.

ANANDA WAHIDAH, 2020

**HIPERREALITAS KOREAN WAVE DALAM TREN KECANTIKAN TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN PENGGEMAR KOREA DI BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Model dari karakteristik laki-laki yang dikemukakan oleh penggemar Korea Bandung menegaskan bahwa maskulinitas akan semakin sulit untuk dikategorikan, karena karakteristiknya bisa bertambah maupun berkurang.

3. Dekonstruksi maskulinitas yang menghasilkan kriteria maskulinitas baru di kalangan penggemar Korea berasal dari pembacaan tanda melalui citra yang ditampilkan oleh *Korean Wave*. Imej baru yang ditampilkan oleh *Korean Wave* tidak sekaku karaktestik maskulinitas yang berlaku umumnya di masyarakat Bandung. Pada komunitas penggemar Korea maskulinitas didekonstruksi dengan unsur *kkotminam* (lelaki tampan). Karakteristik maskulinitas baru dari unsur *kkotminam* digambarkan dengan penampilan yang *cute*, imut, *sexy*, dan cantik seperti Jae Joong TVXQ dan V BTS. Fenomena *bromance* di mana lelaki bebas mengekspresikan kasih sayangnya terhadap sesama laki-laki juga mendekonstruksi makna maskulinitas yang membuat penggemar Korea Bandung melihat laki-laki harus bisa lebih ekspresif dan sensitif (peka). Laki-laki di mata penggemar Korea juga harus menjadi sosok yang lembut, penyayang, penuh pengertian terhadap perempuan seperti yang digambarkan melalui drama dan film Korea.

4. Tren kecantikan Korea memberikan dampak positif dan negatif bagi penggemar Korea Bandung. Dampak positif yang dirasakan penggemar dari hadirnya tren kecantikan Korea seperti memberikan peluang penggemar laki-laki untuk ikut mengkonsumsi produk kecantikan, memberikan peluang baru untuk membuka usaha *jastip* (jasa titip) produk kecantikan Korea, menambah penghasilan dari *jastip* produk kecantikan Korea, menambah pengetahuan mengenai *make-up* dan *skincare* Korea, membuat penggemar Korea Bandung lebih pandai dalam merawat diri, membuat penggemar Korea Bandung ikut serta menjalani pola hidup sehat agar terlihat sama dengan idolanya, serta membuat penggemar Korea Bandung tertarik untuk mempelajari bahasa Korea. Namun tren kecantikan Korea juga memberikan dampak negatif bagi penggemar seperti produk kecantikan Korea dengan slogan brand yang memukau selalu berhasil mendorong penggemar untuk lebih konsumtif. Pola konsumtif juga dirasakan penggemar yang membeli produk kecantikan Korea karena tiket *fanmeet* yang ditawarkan produk tersebut, hal ini dilakukan sebagai usaha

ANANDA WAHIDAH, 2020

**HIPERREALITAS KOREAN WAVE DALAM TREN KECANTIKAN TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN PENGGEMAR KOREA DI BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

memenuhi prestige identitas mereka sebagai seorang *fans*. *Review* para *youtuber* mengenai tren kecantikan Korea juga membuat penggemar Korea Bandung menjadi tidak produktif. Selain itu, *review* yang diberikan juga membuat penggemar Korea Bandung semakin konsumtif karena mereka akan lebih percaya apa yang *youtuber* kemukakan tanpa mempertimbangkan perbedaan kondisi kulit. Dampak negatif lainnya yaitu munculnya pertentangan yang kerap kali penggemar Korea dapatkan dari orang sekitarnya seperti dianggap terlalu *lebay* karena tahap tren kecantikan Korea yang banyak, dan dianggap boros karena harga produk kecantikan Korea yang tidak murah bahkan memunculkan komentar sinis dan *seksis* di media sosial mereka seperti “laki-laki ko cantik”, ataupun komentar “laki-laki gak cocok pakai *make-up*”.

## 5.2 Implikasi Bagi Pendidikan Sosiologi

Implikasi dari permasalahan penelitian yang diangkat ini untuk pendidikan sosiologi diharapkan dapat memberikan kontribusi baru bagi pengetahuan sosiologi, khususnya mengenai tahapan simulasi yang menghasilkan hiperrealitas, serta mengenai pandangan maskulinitas baru yang berlaku di kalangan komunitas pecinta budaya populer. Penelitian ini bisa dijadikan referensi mengenai ukuran karakteristik maskulinitas yang akan selalu berubah seiring perkembangan zaman dan kecanggihan teknologi. Penelitian ini juga diharapkan dapat membuat para pendidik menyadari bahwa pola konsumsi di kalangan generasi muda khususnya penggemar Korea bukan lagi berdasarkan pada manfaat dan fungsi produk, sehingga diharapkan dapat meminimalisir perilaku konsumtif melalui penyampaian materi sosiologi di persekolahan ataupun di bangku perkuliahan. Di sisi lain, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini menjadi gambaran nyata bahwa budaya populer menjadi komoditas yang memberikan dampak baik secara positif maupun negatif, sehingga pendidik harus bisa memerankan peran *non-etis* dalam menyampaikan ilmu sosiologi kepada generasi muda. Penelitian ini menjadi gambaran mengenai keberadaan komunitas sebagai wadah bersosialisasi yang akan membentuk diri anggota kelompoknya satu sama lain.

Penelitian ini juga menjadi acuan bahwa *euphoria* terhadap budaya populer Korea tidak pernah redup di kalangan generasi muda. *Korean Wave* selalu

ANANDA WAHIDAH, 2020

HIPERREALITAS KOREAN WAVE DALAM TREN KECANTIKAN TERHADAP DEKONSTRUKSI MASKULINITAS DI KALANGAN PENGGEMAR KOREA DI BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

memberikan inovasi dan kreasi baru yang bisa menarik minat generasi muda khususnya para penggemar.

### 5.3 Rekomendasi

Ada beberapa rekomendasi yang ingin peneliti sampaikan terkait penelitian ini kepada beberapa pihak sebagai berikut :

#### 1. Penggemar Korea di Bandung

Munculnya keinginan untuk mempelajari bahasa Asing khususnya bahasa Korea sebaiknya lebih didalami agar ketika penggemar mengkonsumsi produk kecantikan Korea, penggemar lebih memahami kandungan, manfaat dan fungsi dari produk yang dikonsumsinya. Bagi penggemar Korea di Bandung khususnya *member cover dance*, tidak perlu merasa berkecil hati jika penampilan yang ditampilkan mendapatkan cemoohan atau kritik yang negatif, namun jadikan hal tersebut sebagai masukan dan batasan dalam menghadirkan sosok baru saat tampil di *stage*. Batasan-batasan ini menjadi acuan agar penggemar Korea di Bandung bisa memilih dan memilah mana nilai yang dapat diambil, dan citra yang bisa dibangun dari *Korean Wave*, sehingga masih bisa menjaga identitas diri sebagai bagian dari masyarakat Indonesia yang berbudaya, dan tidak serta merta merubah identitas yang ada. Penggemar Korea di Bandung sebagai konsumen produk kecantikan Korea juga diharapkan bisa memilih dan memilah produk yang memang mereka butuhkan, bukan yang sebatas menjadi keinginan.

Penggemar Korea di Bandung juga dapat belajar dari Korea Selatan, bagaimana mereka menjaga nilai dan kebudayaan mereka, serta mengikutsertakan nilai-nilai dari budaya Korea Selatan pada produknya, sehingga identitas diri mereka masih bisa terjaga. Penggemar juga diharapkan dapat mengaplikasikan hal tersebut, dengan menggugulkan serta menggunakan kembali produk lokal sebagai penunjang kesehariannya. Ambil sisi positif dari budaya populer Korea, tinggalkan hal-hal yang dirasa memang negatif bagi diri penggemar. Minimalkan pengeluaran uang dan pemborosan waktu berharga penggemar, tingkatkan produktivitas sebagai warga Bandung

yang bertanggung jawab. Tumbuhkan rasa cinta dan memiliki terhadap kebudayaan lokal.

## 2. Bagi Studi Program Pendidikan Sosiologi

Diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai konsep hiperrealitas yang terjadi melalui tahapan simulacra. Selain itu, diharapkan juga dapat memupuk sikap *non-etis* (tidak menyalahkan ataupun membenarkan) terhadap fenomena yang terjadi seperti terhadap karakteristik maskulinitas baru di kalangan penggemar, tetapi melihat bahwa ini menjadi keberagaman dari bagian gambaran mengenai masyarakat dunia. Untuk pengetahuan sosiologi sendiri, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu contoh acuan materi mengenai sosiologi post-modern dan kebudayaan populer. Dalam pendidikan sosiologi juga, penelitian ini bisa dijadikan referensi mengenai contoh dari perubahan sosial. Bagaimana *Korea Selatan* berhasil menggunakan kecanggihan teknologi untuk menyebarkan budaya populer mereka.

Selanjutnya, bagi pendidik sosiologi, ada beberapa nilai yang dapat diambil dari perjuangan selebritis (aktor, aktris dan idol) Korea yang bisa diinternalisasikan dalam proses pembentukan jati diri peserta didik. Ada beberapa referensi nilai yang bisa diambil dari selebritis Korea seperti kesopanan, kerja keras, konsisten, kreatif, berusaha semaksimal mungkin, tidak mudah menyerah, memiliki prinsip *life must go on*, percaya akan kemampuan sendiri, berjuang dalam setiap kompetensi, mencintai dan menggunakan produk lokal, serta menanamkan budaya malu ketika melakukan kesalahan. Nilai-nilai tersebut merupakan nilai positif yang dapat diambil dan diterapkan oleh pendidik di lingkungan sekolah. Pendidik sosiologi juga diharapkan turut serta mengaplikasikan budaya lokal kepada para peserta didik, sehingga jati diri lokal pada peserta didik dapat lestari seperti melestarikan bahasa Sunda pada kegiatan *rabu nyunda* di jenjang pendidikan SMA.

Selain itu, *Korean Wave* melalui film dan drama Korea bisa dijadikan media pembelajaran sosiologi karena banyak drama dan film Korea yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Seperti melalui drama *Beautiful World* yang mengangkat masalah *bullying* (perundungan) di sekolah, film *Kim Ji Young 1982* yang mengangkat sisi perempuan setelah menikah dan dianggap sebagai film yang mendukung gerakan feminis di Korea Selatan, drama *Dream High* yang menceritakan mengenai konflik di sekolah, perjuangan meraih impian, dan mempertahankan persahabatan, dan yang paling baru mengenai kesehatan mental yang diangkat dalam drama *It's Ok Not To Be Ok*. Drama ataupun film Korea memang banyak mengangkat seputar masalah sehari-hari, baik itu masalah percintaan, politik, sekolah, keluarga ataupun sisi mental. Oleh karenanya, banyak drama dan film Korea yang bisa kita angkat sebagai media pembelajaran terutama yang berhubungan dengan sosiologi seperti penyimpangan sosial, stratifikasi, permasalahan sosial, dan perubahan sosial. *Korean Wave* juga melalui produknya baik drama dan film mengajarkan rasa untuk bertoleransi, menghargai keberagaman, dan tetap menghormati orang yang lebih tua.

### 3. Bagi Masyarakat Umum

Tesis ini menjadi gambaran bagi masyarakat Bandung khususnya bahwa maskulinitas tidak memiliki karakteristik yang baku dan tetap, karena sejatinya maskulinitas itu akan terus mengalami perubahan dan penambahan seiring berjalannya waktu dan majunya teknologi. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa karakteristik maskulinitas itu relatif, tergantung dari sudut pandangan kita sebagai masyarakat umum melihat dan menilai hal tersebut. Penelitian ini juga dapat dijadikan acuan bagi masyarakat untuk lebih *open minded* dan peka terhadap hal-hal baru yang ada di lingkungan sekitar. Masyarakat diharapkan dapat menilai dan melihat segala sesuatunya dari 2 sisi yang berbeda, tidak menjudge sesuatu karena prasangka yang belum tentu benar.

Masyarakat umum juga dapat belajar dari Korea Selatan bagaimana keseriusan mereka untuk menjaga kelestarian budaya mereka dengan memasukkan nilai-nilai budaya tersebut pada produk mereka, sehingga identitas diri mereka tetap terjaga. Kita bisa belajar bagaimana seriusnya Korea Selatan mengeksport nilai budaya mereka sehingga memiliki nilai jual dan ekonomi untuk negaranya.

Selain itu, penelitian ini bisa digunakan untuk masukan inovasi pada produk kecantikan lokal. Ada 4 (empat) hal pelajaran yang bisa diambil dari produk kecantikan Korea Selatan. Pertama, mengenai konsep natural, dimana standar kecantikan natural saat ini dijadikan patokan para penggemar Korea khususnya kalangan remaja melalui produk *skincare*, produsen Indonesia bisa menggunakan hal ini sebagai acuan bahan dan formula pada produk kecantikan lokal. Kedua, mengenai *brand image*, citra produk kecantikan lokal harus disampaikan melalui proses informasi yang unik dan menarik minat kepada masyarakat. Adanya *campaign* yang dilakukan secara terus-menerus mengenai keunggulan produk lokal sehingga reputasi produk lokal tidak kalah dengan produk kecantikan Korea. Produsen kecantikan lokal bisa belajar dari *brand* kecantikan Korea Selatan yang cenderung memperhatikan kondisi kulit masyarakat Korea sehingga memberikan opsi untuk tampilan yang lebih sehat dan awet muda. Ketiga, variasi produk kecantikan yang lebih beragam dan berwarna. Produsen kecantikan Korea selalu memberikan opsi yang beragam mengenai tren kecantikan seperti melalui *10 step skincare*, *one day one sheet mask*, peningkatan *tone-up*, ini juga bisa menjadi masukan bagi produk kecantikan lokal untuk bisa memperkenalkan variasi produk kecantikan yang beragam, serta tetap menyesuaikan dengan keinginan dan kulit orang Indonesia. Keempat, menanamkan rasa cinta produk lokal, tidak hanya sebagai slogan, tetapi diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Sebagaimana orang Korea yang selalu mendahulukan menggunakan produk lokal pada kesehariannya.

Yang terakhir mengenai *satisfaction experience*, dimana toko kecantikan Korea Selatan selalu memberikan pengalaman yang menyenangkan. Pelanggan diberikan kebebasan untuk bisa merasakan *tester* dari produk kecantikan Korea sebelum memutuskan untuk membeli. Selain itu, pemberian tester (dalam bentuk lebih kecil) setelah membeli 1 ataupun 2 produk menjadi acuan penggemar Korea untuk membeli kembali produk dalam ukuran lebih besar, jika tester yang sebelumnya diberikan cocok dengan kondisi kulitnya.

Masyarakat umum juga menjadi poin penting dalam aplikasi budaya lokal, sehingga diharapkan kedepannya pandangan berbasis kearifan lokal dapat sepenuhnya dijalankan ditengah masyarakat, sehingga generasi muda memiliki batasan dan dapat memilih secara bijak ketika dihadapkan dengan budaya populer.

#### 4. Untuk penelitian Selanjutnya

Tesis ini bisa menjadi acuan untuk penelitian mengenai maskulinitas dari produk *Korean Wave* secara lebih mendalam, tidak hanya dari penggambaran sosok idol dan aktor saja. Tapi lebih dari itu, penelitian selanjutnya bisa menganalisis dari sisi latar belakang penggemar dan lebih jauh mengenai dampak kepada lingkungan sosial para penggemar Korea di Bandung.