



CRITICAL METAPHOR ANALYSIS OF KOREAN PLASTIC SURGERY DISCOURSE IN CHOSUN ILBO

ANALISIS METAFORA KRITIS DALAM WACANA BEDAH PLASTIK DI KOREA DALAM CHOSUN ILBO

Putu Pramania Adnyana¹, Abdul Muta'ali², Sonya Puspasari Suganda³

Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia

¹e-mail: ppramania@ui.ac.id, ²e-mail: abdul.m@ui.ac.id, ³e-mail: sonya.puspasari@ui.ac.id

Article history:

Received
5 Oktober 2023

Received in revised form
14 Oktober 2023

Accepted
14 Oktober 2023

Available online
Oktober 2023

Keywords:

Metaphor; Critical Discourse Analysis; Opinion; Plastic Surgery; Chosun Ilbo.

Kata Kunci:

Metafora; Analisis Wacana Kritis; Opini; Bedah Plastik; Chosun Ilbo.

DOI

10.22216/kata.v7i2.2560

Abstract

The objective of this study is to elucidate the perspectives of Korean society towards beauty by analyzing metaphorical language employed in opinion pieces pertaining to plastic surgery in the online newspaper Chosun Ilbo, spanning the years 2010 to 2019. This study used a qualitative technique, employing conceptual metaphor theory (Lakoff and Johnson 2003) and critical metaphor analysis (Charteris-Black 2004). The texts investigated included 67 opinion articles published in the online newspaper Chosun Ilbo between 2010 and 2019. TOURISM ACTIVITIES, FACTORY ACTIVITIES, TRADE, INVESTMENT, and CRIMINAL ORGANIZATION were identified as the five source domains employed for target domain plastic surgery in this study. In respect to beauty, the Chosun Ilbo (2010-2019) metaphorical expression sees a beautiful appearance as something that can be mass-produced in a planned design, achieved in pleasurable ways such as travelling, exchanged for money, and can be regarded as fundamental capital that gives various profit. However, a beautiful appearance is also considered as something that can be achieved through unsafe, risky, and illegal means.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pandangan masyarakat Korea tentang kerupawanan melalui ekspresi metaforis yang digunakan dalam artikel opini bertema bedah plastik di surat kabar daring Korea yaitu Chosun Ilbo pada tahun 2010 sampai tahun 2019. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan mengadopsi teori metafora konseptual oleh Lakoff dan Johnson dan analisis metafora kritis oleh Charteris-Black. Teks yang dianalisis meliputi 67 artikel opini yang dipublikasikan dari tahun 2010 sampai tahun 2019 pada surat kabar daring Chosun Ilbo. Penelitian ini menemukan 5 ranah sumber yang digunakan untuk ranah target Bedah Plastik, yaitu kegiatan wisata, aktivitas pabrik, perdagangan, investasi, dan sindikat kriminal. Dalam kaitannya dengan kerupawanan, ekspresi metaforis pada Chosun Ilbo (2010-2019) memandang penampilan yang rupawan sebagai sesuatu yang dapat diproduksi secara massal dengan terencana, dapat diperoleh dengan cara yang menyenangkan seperti berwisata, ditukar dengan uang, dan dapat menjadi modal dasar yang membawa berbagai keuntungan. Meskipun demikian, penampilan yang rupawan juga dipandang sebagai sesuatu yang dapat diperoleh melalui cara yang berbahaya, beresiko, dan melibatkan pelanggaran peraturan.

PENDAHULUAN

Praktik bedah plastik di Korea Selatan (selanjutnya disebut Korea) merupakan fenomena yang kompleks. Proses politik, sosial-budaya, dan ekonomi terlibat di dalamnya sehingga akhirnya menjadikan Korea dikenal sebagai salah satu negara tujuan bedah plastik

Corresponding author.

E-mail address: ppramania@ui.ac.id

terbaik di dunia (Egbert & Biber, 2019; Holliday et al., 2015; Holliday et al., 2017). Bedah plastik yang dilakukan di Korea tidak dipandang sebagai prosedur pengobatan, tetapi sebagai praktik ideologis yang melibatkan obsesi perempuan terhadap penampilan, serta sebagai upaya perbaikan diri untuk meningkatkan status sosial (Davies & Han, 2011; Ja, 2004). Oleh karena itu, praktik bedah plastik pun dinilai menjanjikan kekuatan, kesenangan, kebebasan, dan kehidupan yang normal bagi perempuan. Meskipun demikian, dalam perkembangannya, praktik bedah plastik di Korea tidak mengenal gender karena laki-laki dan perempuan memiliki motif dan kecenderungan yang sama (Wen et al., 2017). Hal ini memperlihatkan bahwa bedah plastik telah menjadi fenomena yang lazim bagi masyarakat Korea.

Tren pemberitaan tentang bedah plastik di media massa Korea pun turut mendukung berkembangnya praktik ini di masyarakat Korea. Pemberitaan yang positif tentang bedah plastik terus meningkat di media massa Korea sejak tahun 1990 sampai tahun 2013, sedangkan pemberitaan yang negatif tentang bedah plastik semakin menurun (Lim, 2010; Moon, 2015). Hal ini memperlihatkan bahwa media massa di Korea cenderung menggambarkan praktik bedah plastik secara positif tanpa menginformasikan tentang bahaya dan risiko tentang praktik ini pada masyarakat Korea. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa masyarakat Korea kerap terpapar pada pemberitaan yang positif tentang bedah plastik. Hal ini pun menjadi masalah karena dapat menimbulkan preferensi tertentu terhadap praktik bedah plastik di masyarakat Korea. Salah satunya adalah semakin meningkatnya masyarakat Korea dari berbagai lapisan usia dan gender yang memutuskan untuk melakukan bedah plastik untuk mendapatkan penampilan yang rupawan (Kim, 2016; Park & Allgayer, 2018).

Maraknya praktik bedah plastik ini pun berkaitan dengan permasalahan tentang diskriminasi terhadap penampilan yang terjadi di Korea. Seseorang yang memiliki penampilan yang lebih rupawan dianggap memiliki kemampuan yang lebih unggul dibandingkan orang yang berpenampilan tidak rupawan (Park et al., 2019; Un, 2007). Diskriminasi ini pun terjadi di berbagai aspek kehidupan masyarakat Korea dan seolah dilanggengkan dengan adanya praktik bedah plastik ini.

Berkaitan dengan hal tersebut, aspek kebahasaan pun diyakini turut berperan dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap praktik bedah plastik, salah satunya melalui ekspresi metaforis. Metafora secara produktif digunakan dalam berbagai wacana di media massa Korea, terutama dalam wacana terkait praktik bedah plastik di Korea. Metafora yang menampilkan penampilan yang rupawan sebagai modal untuk meraih kesuksesan pun kerap dijumpai dalam berbagai ekspresi metaforis pada wacana bedah plastik (Lee, 2019). Ekspresi metaforis yang menyebut Korea sebagai *surganya bedah plastik* (*seonghyeong cheonguk*) atau wanita yang melakukan bedah plastik sebagai *monster Gangnam* (*Gangnam gwemul*) pun kerap dijumpai di berbagai media. Penggunaan ekspresi metaforis ini tentu dapat membentuk pandangan dan penilaian masyarakat Korea tentang praktik bedah plastik dan pada akhirnya membentuk pandangan masyarakat tentang kerupawanan.

Metafora merupakan penggunaan bahasa secara nonliteral untuk menggambarkan suatu objek atau fenomena dengan objek atau fenomena yang lain. Secara etimologi, metafora berasal dari bahasa Yunani *metapherein* yang berarti ‘memindahkan’ (Cruse, 2000). Dalam hal ini, yang dipindahkan adalah makna dari suatu ekspresi kebahasaan pada ekspresi kebahasaan lainnya. Perpindahan makna ini berlandaskan pada adanya kemiripan antara ekspresi kebahasaan tersebut. Oleh karena itu, metafora menjadi fenomena kebahasaan yang berada dalam ranah ilmu semantik. Meskipun demikian, metafora pun kini dikaji dalam ranah ilmu linguistik kognitif dan dipandang sebagai cara berpikir yang digunakan untuk mengonseptualisasikan pengalaman atau sesuatu yang abstrak dengan bahasa yang lebih mudah dan konkret. Pandangan ini dikenal juga dengan teori metafora konseptual (Lakoff & Johnson, 2003). Metafora konseptual ini melibatkan tiga ranah yaitu ranah sumber, ranah target dan pemetaan hubungan antar keduanya (Cruse, 2000; Lakoff & Johnson, 2003).

Korelasi antar unsur dalam ranah sumber dan ranah target tersebut dapat menghasilkan makna. Sistem konseptual manusia pun secara keseluruhan bekerja secara metaforis yang memiliki peranan yang penting dalam membentuk persepsi, sikap dan relasi antar manusia.

Dalam perkembangannya, metafora sebagai cara berpikir tentang dunia pun diyakini memiliki peran yang penting dalam analisis wacana kritis (Chilton, 2005; Hart, 2008; Musolff, 2012; Santa Ana, 2002; Wodak, 2006). Metafora dapat mengonstruksi pemahaman manusia tentang suatu fenomena sehingga akhirnya membentuk pandangan dan preferensi tertentu terkait fenomena tersebut. Metafora pun digunakan dalam berbagai wacana sebagai penanda adanya relasi kuasa dan ketidaksetaraan sosial. Sebagai contoh, ekspresi metaforis “*Bangsa Indonesia sedang sakit parah.*” memperlihatkan metafora NEGARA ADALAH TUBUH dan hal ini menunjukkan bahwa hal-hal yang dapat membuat keadaan negara menjadi tidak baik adalah virus atau penyakit. Contoh lainnya dapat dilihat pada metafora BANGSA YAHUDI ADALAH PARASIT pun memperlihatkan pandangan tertentu terhadap bangsa Yahudi (Chilton, 2005, p. 40). Metafora ini mengaktifkan simpulan bahwa ‘jika *a* adalah parasit dalam *b*, maka *a* dapat menyebabkan penyakit *c*’ dan ‘jika *c* adalah penyakit, maka *b* dapat disembuhkan oleh *d* dengan menggunakan *e* atau dengan melakukan *f*’. Dalam hal ini *d* dapat diisi dengan dokter dan *e* dapat diisi dengan obat yang dapat membunuh *a*. Pada akhirnya, muncul kesimpulan bahwa untuk menyembuhkan *b*, maka perlu membunuh *a*. Contoh ini menunjukkan mekanisme bagaimana pemberian label bahwa sekelompok grup adalah ‘parasit’ akan mengaktifkan rantai inferensial yang mengintegrasikan lebih dari satu ranah dan menghasilkan kesimpulan ‘membunuh’, yang mungkin tidak akan muncul jika label yang diberikan berbeda. Mekanisme kognitif seperti inilah yang belum dilakukan dalam kajian wacana kritis dan perlu ditingkatkan.

Charteris-Black (2004) menegaskan bahwa metafora memiliki potensi yang besar untuk mengonstruksi representasi dunia yang memengaruhi pemahaman manusia tentang berbagai aspek dari kehidupan sosial dan politik. Selain itu, metafora juga menjadi cara yang mendasar dalam konstruksi konsep dan argumen sehingga metafora dapat ditempatkan dalam analisis wacana kritis untuk menjelaskan pembentukan makna di konteks sosial (Musolff, 2012). Oleh karena itu, metafora tidak hanya berkontribusi dalam membentuk pemahaman seseorang atau sekelompok orang, tetapi juga membangun pandangan bahwa ada hal yang lebih dominan atau istimewa daripada yang lain. Pandangan ini dapat membentuk evaluasi secara persuasif terhadap suatu hal dan pada akhirnya, ikut berkontribusi dalam membentuk ideologi teks (Charteris-Black, 2004; Hart, 2008). Oleh karena itu, analisis metafora pun penting untuk dilakukan dalam analisis wacana kritis.

Berkaitan dengan penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian yang menempatkan metafora dalam analisis wacana kritis yaitu Santa Ana (1999), Hart (2008), Charteris-Black (2004), dan Hidayat (2017). Melalui metafora imigran dipemberitaan tentang debat politik tahun 1994 dan kampanye anti imigran di California, Santa Ana (1999) menjelaskan bahwa metafora digunakan untuk membentuk pandangan publik di Amerika bahwa pekerja imigran adalah ‘bukan manusia’. Sementara itu, Hart (2008) mengkaji metafora pada pemilihan partai nasional Inggris tahun 2005 yang membentuk pandangan publik tentang bangsa dan imigrasi. Selanjutnya, melalui analisis terhadap teks pidato Perdana Menteri Jepang ke-96, Hidayat (2017) menemukan metafora digunakan dalam pidato sebagai bentuk kekuasaan berupa pelabelan identitas Jepang dan pengendalian terhadap pandangan dan perilaku masyarakat.

Sementara itu, rancangan analisis metafora kritis mengadaptasi tiga tahapan dari analisis wacana kritis yang dikemukakan oleh Fairclough (1989) yaitu tahap identifikasi teks, interpretasi teks, dan eksplanasi teks. Pada tahap identifikasi metafora, dilakukan pembacaan secara mendalam terhadap teks untuk menemukan kandidat metafora. Pada tahap interpretasi metafora, dilakukan pemetaan ranah sumber dan target untuk menemukan metafora

konseptual yang mendasari penggunaan suatu ekspresi metaforis. Lalu pada tahap eksplanasi metafora, analisis diarahkan untuk melihat konteks sosial dan budaya yang lebih luas. Charteris-Black (2004) menjelaskan eksplanasi metafora melibatkan identifikasi agensi sosial yang terlibat dalam produksi teks dan peran sosialnya dalam melakukan persuasi. Dengan kata lain, tahap ini menjelaskan fungsi metafora di wacana dalam membangun motivasi ideologis dan retorik tentang suatu fenomena.

Penelitian terdahulu tentang praktik bedah plastik di Korea pun telah dilakukan dalam berbagai perspektif, seperti pariwisata, pemasaran, dan komunikasi (Am Seo et al., 2019; Moon, 2015; Park & Allgayer, 2018). Akan tetapi, penelitian yang mempelajari fenomena ini melalui unsur-unsur kebahasaan yang ditemukan dalam teks surat kabar itu sendiri masih sangat terbatas. Padahal, bahasa berperan penting dalam menghasilkan konstruksi yang akhirnya menjadi realitas. Haryatmoko (2019) menegaskan bahwa konstruksi muncul ketika seseorang mencoba memberi makna atau terlibat pada suatu fenomena dan konstruksi ini melibatkan aspek-aspek kebahasaan seperti seleksi kalimat, perbendaharaan kata, gramatika, metafora dan aspek kebahasaan lainnya. Oleh karena itu, mengkaji aspek kebahasaan dalam teks menjadi penting untuk mengungkapkan ideologi yang tersembunyi di dalam teks. Atas dasar tersebut, penelitian ini pun fokus pada salah satu aspek kebahasaan, yaitu ekspresi metaforis untuk mengungkapkan ideologi artikel opini dalam surat kabar Korea.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan terkait peran metafora pada wacana bedah plastik di Korea, terutama dalam kaitannya dengan konstruksi kerupawanan menjadi isu yang perlu dikaji lebih lanjut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana konsep kerupawanan yang dikonstruksi melalui ekspresi metaforis dalam artikel opini di surat kabar daring Korea, Chosun Ilbo. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pandangan masyarakat Korea tentang kerupawanan melalui ekspresi metaforis yang digunakan dalam artikel opini bertema bedah plastik di surat kabar daring Korea yaitu Chosun Ilbo pada tahun 2010 sampai tahun 2019.

Chosun Ilbo dan artikel dalam kolom opini dipilih sebagai data penelitian atas beberapa alasan. Pertama, Chosun Ilbo merupakan surat kabar yang tertua di Korea dan memiliki sirkulasi pembaca terbesar (Choi, 2018; Leem, 2016). Surat kabar ini memiliki perspektif konservatif terhadap masalah sosial dan politik karena mayoritas pembacanya adalah generasi yang lebih tua dan mendukung kebijakan pemerintah Korea dan Amerika Serikat (Choi, 2018; Logan et al., 2004). Oleh karena itu, Chosun Ilbo memiliki kesempatan untuk mempertimbangkan perspektif pemerintah Korea tentang suatu fenomena. Kedua, penelitian ini berfokus pada artikel opini yang dimuat dalam kolom Opini (오피니언) karena kolom opini merupakan ruang untuk berpendapat dan dapat diisi oleh penulis dari dalam atau luar surat kabar (Lim, 2011; Park et al., 2010). Artikel opini biasanya menampilkan pendapat atau komentar penulis tentang suatu fenomena dan ditulis oleh kolumnis yang terdiri dari profesor, dosen, penulis, dan ahli dari berbagai bidang. Oleh karena itu, artikel opini dapat menyampaikan pendapat para ahli dan juga membentuk perspektif publik tentang suatu fenomena (Lim 2011).

Dari sisi praktis, penelitian ini bermanfaat dalam mengungkapkan pandangan tentang kerupawanan yang dikonstruksi melalui ekspresi metaforis pada wacana bedah plastik di Chosun Ilbo. Sementara itu, dari sisi akademis, penelitian ini mampu memperkaya kajian analisis wacana kritis, khususnya dari perspektif linguistik. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada metode yang mengombinasikan metafora dengan analisis wacana kritis.

METODE PENELITIAN

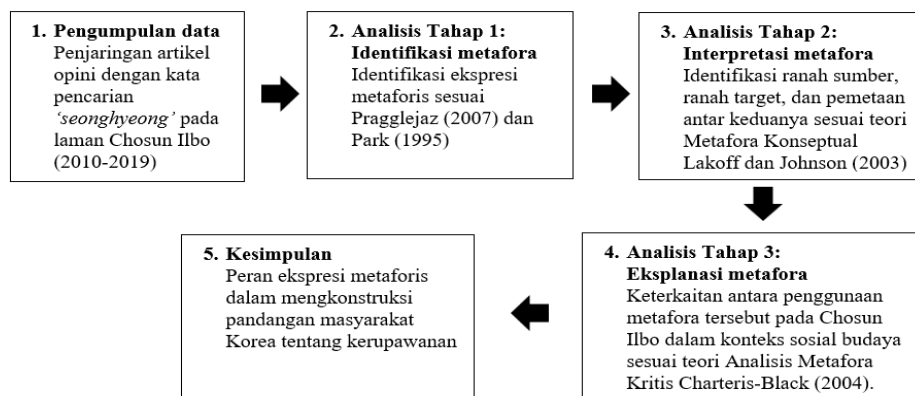
Penelitian ini menempatkan metafora sebagai teks dalam analisis wacana kritis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan teori metafora konseptual (Lakoff dan Johnson 2003) dan analisis metafora kritis (Charteris-Black, 2004).

Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah triangulasi, yang merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada, dalam konteks ini adalah artikel opini (Sugiyono, 2015). Teknik ini juga merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Wijaya, 2018).

Pada penelitian ini, analisis metafora kritis dapat dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap identifikasi metafora, tahap interpretasi metafora, dan tahap eksplanasi metafora. Pada tahap identifikasi metafora, peneliti membaca artikel opini untuk mengidentifikasi ekspresi metaforis yang digunakan dalam data penelitian. Ekspresi metaforis ditentukan menggunakan Prosedur Identifikasi Metafora yang digagas oleh Pragglejaz (2007). Prosedur ini dilakukan dengan mengamati makna kontekstual dan makna literal dari kandidat ekspresi metaforis, serta ada atau tidaknya hubungan perumpamaan pada kedua makna tersebut. Makna literal diperoleh melalui pengecekan pada Kamus Standar Bahasa Korea (www.stdict.korean.go.kr), sedangkan makna kontekstual diperoleh dengan mengamati penggunaannya pada artikel opini yang menjadi data penelitian. Penelitian ini pun merujuk pada definisi metafora dalam bahasa Korea menurut Park (1995) karena data yang dianalisis adalah data berbahasa Korea.

Pada tahap interpretasi metafora, peneliti melakukan pemetaan ranah sumber dan ranah target untuk menemukan metafora konseptual sesuai teori metafora konseptual (Lakoff & Johnson, 2003). Lalu pada tahap eksplanasi metafora, analisis dilakukan dengan mengkaji relasi antara interaksi dengan konteks sosial, dengan memperhatikan determinasi sosial dari proses produksi dan interpretasi, serta efek sosialnya. Metafora berperan aktif dalam mengonstruksi realitas sosial, serta hubungan kekuasaan antara proses produksi dan konsumsi teks (Haryatmoko 2019; Charteris-Black 2004). Oleh karena itu, analisis pada tahap ini diarahkan untuk melihat konteks sosial dan budaya yang lebih luas. Charteris-Black (2004) menjelaskan eksplanasi metafora melibatkan identifikasi agensi sosial yang terlibat dalam produksi teks dan peran sosialnya dalam melakukan persuasi.

Adapun data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara mengakses laman surat kabar daring Chosun Ilbo (www.chosun.com) dan melakukan pencarian artikel opini dengan kata pencarian ‘seonghyeong (성형, bedah plastik)’. Batasan periode publikasi artikel opini adalah 10 tahun, yaitu dari tahun 2010 sampai 2019. Periodisasi ini dipilih karena pada masa ini, bedah kosmetik di Korea telah memasuki tahap industrialisasi sehingga dapat melihat bedah kosmetik dan kaitannya dengan upaya peningkatan diri dan status sosial. Secara umum, tahapan penelitian dalam makalah ini dapat dilihat pada bagan berikut.



Bagan 1. Tahapan Penelitian

Pengumpulan data penelitian dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama adalah mengumpulkan semua artikel opini yang memuat kata pencarian ‘seonghyeong (성형, bedah kosmetik)’ dalam rentang waktu 10 tahun (2010 – 2019). Pada tahap pertama, terjaring

sebanyak 222 artikel opini. Artikel opini yang terjaring pada tahap pertama ini memuat kata pencarian dalam berbagai tema dan tidak selalu fokus membahas tentang praktik bedah plastik di Korea. Oleh karena itu, dilakukan pemilahan tahap kedua, yaitu membaca isi artikel opini yang diperoleh di tahap pertama untuk memilih artikel opini yang membahas tentang praktik bedah plastik di Korea. Hasil pemilahan tahap kedua ini adalah 67 artikel opini yang menjadi data dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metode yang telah dijabarkan sebelumnya maka secara sistematis tahap pertama yang dilakukan dalam analisis metafora kritis, yaitu tahap identifikasi metafora. Penelitian ini memandang metafora dalam perspektif linguistik kognitif, yaitu cara berpikir yang mendasari munculnya berbagai ekspresi metaforis lainnya. Suatu ekspresi kebahasaan dapat diidentifikasi sebagai ekspresi metaforis ketika melibatkan pemetaan pada dua ranah konseptual, yaitu ranah sumber dan ranah target. Dengan kata lain, ketika suatu ekspresi dapat dipetakan ke dua ranah tersebut maka ekspresi tersebut adalah metaforis. Pandangan ini sejalan dengan teori metafora konseptual (Lakoff & Johnson, 2003).

Penelitian ini melakukan identifikasi metafora secara komprehensif sesuai pendapat beberapa ahli linguistik Korea karena data yang dianalisis adalah data berbahasa Korea. Ahli linguistik Korea memandang metafora sebagai suatu konsep yang sangat luas. Park (1995, p. 132) menjelaskan metafora dalam arti luas berarti keseluruhan perumpamaan, sedangkan metafora dalam arti sempit menekankan perbedaannya dengan cara perumpamaan yang lain, seperti metonimi dan sinekdoke. Meskipun demikian, perbedaan antara tiap jenis perumpamaan tersebut hanya terletak pada ekspresi linguistik yang dihasilkan dari perumpamaan tersebut dan tingkat kesamaan antara dua hal yang dijadikan perumpamaan. Cara berpikir yang melandasi munculnya perumpamaan tersebut tetap sama. Sebagai contoh, ekspresi “*Maratoneun Olympicui kkotida.* (Maraton adalah bunganya Olympic.)”, “*Maratoneun Olympicui kkotgwa katta* (Maraton itu seperti bunganya Olympic.), dan “*Olympicui kkotida.* (Bunganya Olympic.)” termasuk ke dalam ekspresi metaforis karena didasarkan pada metafora yang sama yaitu MARATON ADALAH BUNGA dan OLIMPIADE ADALAH TANAMAN (Wonyoung et al., 2018). Oleh karena itu, metafora pun dideskripsikan sebagai cara mengekspresikan suatu konsep dengan menggunakan konsep lain yang melibatkan pengalihan, perubahan, dan perluasan makna yang dilakukan dengan menghubungkan kemiripan antara dua objek atau konsep yang berbeda (Jung et al., 2019; Wonyoung et al., 2018). Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada cara berpikir manusia tentang dunia yang dinyatakan melalui ekspresi metaforis, bukan pada masalah perbedaan ekspresi linguistik yang digunakan untuk menyampaikan perumpamaan tersebut.

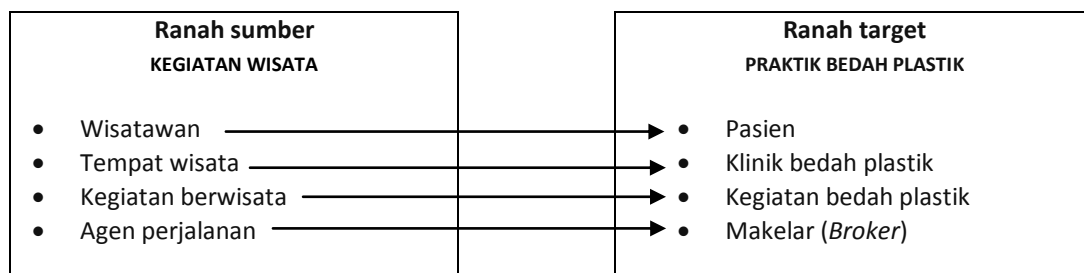
Berdasarkan hasil identifikasi ekspresi metaforis terhadap 67 artikel opini bertema bedah plastik dalam surat kabar daring Chosun Ilbo (2010-2019), ditemukan sejumlah 77 kalimat yang mengandung ekspresi metaforis. Pada tahap kedua dilakukan interpretasi terhadap ekspresi metaforis untuk menemukan ranah sumber, ranah target, dan pemetaan di antara keduanya. Relasi antara dua ranah ini digunakan untuk menentukan metafora konseptual yang mendasari munculnya ekspresi metaforis tersebut. Berdasarkan hasil analisis tahap kedua, ditemukan sejumlah 5 (lima) ranah sumber yang digunakan untuk menjelaskan ranah target PRAKTIK BEDAH PLASTIK sebagai berikut.

Tabel 1. Metafora Konseptual dan Jumlah Kalimat dengan Ekspresi Metaforis dalam 67 Artikel Opini di Chosun Ilbo (2010-2019)

Metafora Konseptual	Jumlah ekspresi metaforis
PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH KEGIATAN WISATA	34 kalimat
PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH AKTIVITAS PABRIK	14 kalimat
PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH PERDAGANGAN	13 kalimat
PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH INVESTASI	8 kalimat
PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH SINDIKAT KRIMINAL	8 kalimat
Total	77 kalimat

Berdasarkan tabel (1), bahwa ranah target PRAKTIK BEDAH PLASTIK paling dominan dipetakan terhadap ranah sumber KEGIATAN WISATA, AKTIVITAS PABRIK, dan PERDAGANGAN. Berikut ini adalah pemetaan antar ranah untuk masing-masing metafora konseptual tersebut.

Tabel 2. Pemetaan Konseptual Metafora PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH KEGIATAN WISATA



Pemetaan pada tabel (2) memperlihatkan relasi antara unsur-unsur pada ranah sumber KEGIATAN WISATA dengan unsur-unsur pada ranah target PRAKTIK BEDAH PLASTIK. Pada ranah target, terdapat tiga unsur yaitu pasien, klinik bedah plastik, dan kegiatan bedah plastik. Ketiga unsur ini dipetakan pada ranah sumber yaitu wisatawan, tempat wisata, dan kegiatan berwisata. Realisasi dari metafora konseptual tersebut dapat dilihat dalam ekspresi metaforis berikut ini.

- (1) **Seonghyeong gwangwang**-ero ibgukhaneun junggukin-eun eolmana dwena? (Chosun Ilbo, 15 September 2014)
 성형 관광으로 입국하는 중국인은 얼마나 되나?
 ‘Seberapa banyak warga Tiongkok yang masuk ke Korea untuk **wisata bedah plastik**?’
- (2) **Danche hwanjareul** morajuneun **broker**-ege susulbi-eui 50-90%na dwaeneun susuryoreul tteojwoya hagi ttemunida. (Chosun Ilbo, 27 April 2015)
 단체 환자를 몰아주는 브로커들에게 수술비의 50-90%나 되는 수수료를 떼어줘야 하기 때문이다.
 ‘Karena harus memberikan biaya sebesar 50-90% dari biaya operasi untuk **makelar** yang membawa **pasien grup**.’
- (3) Junggukin **seonghyeong gwangwanggek**-ui jeolban isangi ireon bulbeob beurokhodeul-ui son-e ikkeulyo hangguk-eul chatgo itdaneun geosi obgye chusanida. (Chosun Ilbo, 27 April 2015)
 중국인 성형 관광객의 절반 이상이 이런 불법 브로코들의 손에 이끌려 한국을 찾고 있다는 것이 없게 추산이다.
 ‘Diperkirakan bahwa lebih dari setengah **wisatawan bedah plastik** dari Tiongkok datang ke Korea dengan bantuan broker ilegal.’

Penggunaan ekspresi metaforis ini menunjukkan bahwa praktik bedah plastik di Korea telah berkembang menjadi suatu produk wisata yang dapat ditawarkan kepada orang asing di luar Korea. Contoh di atas memperlihatkan ekspresi metaforis ‘*seonghyeong gwangwang* (wisata bedah plastik)’, ‘*danche hwanja* (pasien grup)’ dan ‘*seonghyeong gwangwanggek* (wisatawan bedah plastik)’ yang digunakan dalam data penelitian. Pemetaan ini memperlihatkan penggunaan kata-kata yang umumnya digunakan dalam ranah non-medis, seperti ‘*gwangwanggek* (wisatawan)’ dan ‘*gwangwang* (wisata)’, digunakan pada ranah medis, yaitu bedah plastik. Ketika merujuk pada sekelompok pasien yang datang dari luar Korea untuk melakukan bedah plastik pun digunakan ekspresi ‘*danche hwanja* (pasien grup)’. Ekspresi ini menunjukkan bahwa sekelompok pasien diibaratkan seperti grup wisatawan yang mendatangi suatu tempat untuk berwisata.

Menurut Kamus Standar Bahasa Korea (표준국어대사전, selanjutnya disebut KSBK), makna literal dari ‘*gwangwanghada* (berwisata)’ adalah ‘kegiatan bepergian ke tempat atau negara lain dengan tujuan untuk menikmati pemandangan, adat dan budaya di tempat tujuannya tersebut’, sedangkan ‘*gwangwanggek* (wisatawan)’ adalah ‘orang yang bepergian untuk berwisata’. Sementara itu, kata ‘*seonghyeong* (bedah plastik)’ dapat diartikan sebagai ‘tindakan bedah untuk mengembalikan atau memperbaiki bagian luar tubuh yang terluka, mengalami kelainan atau tidak enak dilihat’. Definisi ini memperlihatkan bahwa, secara teknis, kegiatan bedah plastik bukanlah termasuk kegiatan berwisata.

Oleh karena itu, penggunaan istilah nonmedis, yaitu berwisata, pada tindakan medis ini dapat membentuk pandangan bahwa bedah plastik di Korea merupakan kegiatan yang berwisata yang menyenangkan dan tidak berbahaya. Padahal, pada kenyataannya, tindakan ini pun memiliki resiko yang tinggi seperti tindakan medis yang lain. Di sisi lain, penggambaran kegiatan bedah plastik sebagai daya tarik wisata dapat menimbulkan pertanyaan tentang apakah bedah plastik telah dianggap menjadi bagian yang erat dari kebudayaan masyarakat Korea sehingga mampu mendorong motivasi wisatawan datang untuk melakukan bedah plastik. Relasi metaforis antara bedah plastik dan pariwisata juga menunjukkan bagaimana pemerintah Korea berhasil melakukan kampanye untuk mengubah citra (*re-branding*) identitas mereka berbasis bedah plastik dan wisata medis (Li et al., 2020).

Selain itu, merujuk pasien bedah plastik dengan ekspresi metaforis ‘*danche hwanja* (pasien grup)’ pun menunjukkan bagaimana bedah plastik yang umumnya dilakukan secara eksklusif atau dalam skala kecil telah menjadi fenomena massal melalui pariwisata atau dikenal dengan istilah pariwisata massal (*mass tourism*). Vanhove (1997) menjelaskan bahwa pariwisata massal berkaitan dengan dua karakteristik, yaitu keterlibatan jumlah orang yang besar dalam pariwisata, serta kegiatan yang terstandarisasi dan dikemas secara kaku. Praktik ini terlihat dari perlakuan terhadap pasien bedah plastik dari Tiongkok yang datang secara berkelompok ke Korea. Para pasien diperlakukan sama dan dianggap sebagai suatu kesatuan orang yang akan melakukan kegiatan wisata secara berkelompok. Seperti halnya wisatawan grup, pasien grup ini pun secara bersamaan datang mengunjungi klinik bedah plastik yang sama untuk melakukan konsultasi, mendapatkan jadwal operasi, dan menjalani tindakan bedah plastik. Fenomena ini menegaskan kembali bahwa ekspresi metaforis ‘*danche hwanja* (pasien grup)’ membentuk pandangan bahwa pasien dari luar Korea adalah wisatawan yang mengikuti program yang sama dan diperlakukan dengan seragam. Padahal, dalam tindakan medis, setiap pasien memiliki kondisi dan keunikan masing-masing sehingga tidak dapat diperlakukan dengan sama. Berikut adalah beberapa kutipan penggunaan ekspresi metaforis ‘*danche hwanja* (pasien grup)’ yang ditemukan dalam data penelitian.

- (4) *Tteukhi han beon-e beoseu-ro myot sib myeongssik jungguk danche hwanjadeuri omyeon geoui daeri susul-ida.* (Chosun Ilbo, 15 September 2014)

특히 한 번에 버스로 몇 십 명씩 중국 단체 환자들이 오면 거의 대리 수술이다.

‘Khususnya, jika puluhan **pasien grup** datang sekaligus dengan bus, hampir semua operasi dilakukan oleh dokter pengganti.’

- (5) *Thaimeo matcwo sae hwanja badneunda... jungguk danche hwanja, geoui daeri susul.* (Chosun Ilbo, 15 September 2014)

타이머 맞춰 새 환자 받는다.. 중국 단체 환자, 거의 대리 수술.

‘Memasang *timer* lalu menerima pasien baru... **pasien grup** Tiongkok, hampir semua dioperasi oleh dokter pengganti.’

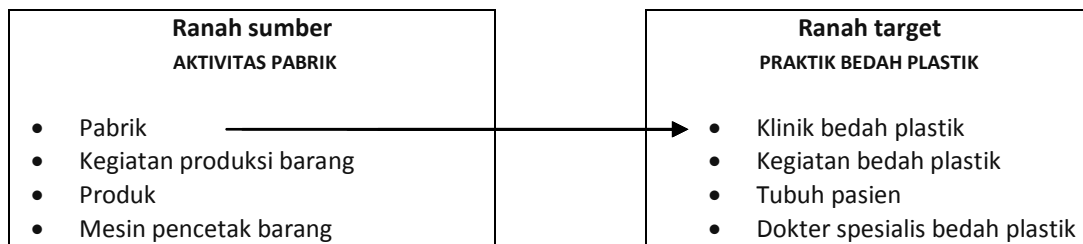
Pada kutipan teks (4) dan (5), dapat dilihat bahwa pasien dari Tiongkok yang ingin melakukan bedah plastik datang dalam jumlah yang besar secara berkelompok ke klinik bedah plastik di Korea. Para pasien ini diantar oleh agen perjalanan mereka ke satu klinik bedah plastik untuk berkonsultasi sebelum melakukan tindakan bedah plastik. Akan tetapi, banyaknya jumlah pasien menyebabkan dokter spesialis bedah plastik di klinik tersebut harus melakukan konsultasi dengan cepat. Tidak hanya itu, operasi terhadap para pasien tersebut pun dilakukan oleh dokter pengganti tanpa sepengetahuan pasien. Praktik operasi yang dilakukan oleh dokter pengganti ini menjadi masalah karena dapat membahayakan keselamatan pasien dan termasuk ke dalam tindakan penipuan dan kekerasan yang melanggar undang-undang (Hong et al., 2018; Seong, 2015).

Meningkatnya artikel opini yang menyuarakan tentang permasalahan dalam praktik bedah plastik di Korea, khususnya yang dialami oleh pasien asing, lantas membuat Kementerian Kesehatan dan Kesejahteraan Korea mengumumkan rilis pers yang menyatakan bahwa pemerintah Korea akan meningkatkan perlindungan terhadap pasien asing (Welfare, 2015). Langkah-langkah yang dilakukan meliputi publikasi buku panduan tentang biaya bedah plastik di Korea (*Guidebook on Korean Plastic Surgery Fee*) untuk transparansi informasi, memberlakukan aturan hukum untuk meminimalisir makelar ilegal serta aturan untuk mekanisme pelayanan medis yang transparan kepada pasien. Kebijakan ini diinstruksikan langsung oleh Menteri Kesehatan dan Kesejahteraan yang bekerjasama dengan beberapa kementerian dan lembaga terkait. Langkah ini dipercaya sebagai strategi politik untuk meredam tekanan masyarakat terhadap perkembangan fenomena wisata medis, khususnya bedah plastik. Selain itu, munculnya kebijakan ini menunjukkan dukungan pemerintah Korea terhadap praktik bedah plastik sebagai bentuk wisata medis di Korea.

Secara keseluruhan, pemetaan ranah sumber KEGIATAN WISATA dengan pada ranah target PRAKTIK BEDAH PLASTIK memperlihatkan bahwa kegiatan bedah plastik digambarkan sebagai kegiatan berwisata yang dapat dilakukan secara berkelompok, aman, dan sudah diatur oleh makelar bedah plastik yang berperan sebagai agen perjalanan. Meskipun ditemukan ekspresi metaforis yang mengkritik praktik bedah plastik ini, penggambaran bedah plastik sebagai kegiatan wisata memperlihatkan bahwa bahwa praktek ini masih dipandang sebagai kegiatan yang positif dan minim resiko. Konstruksi ini juga dipengaruhi oleh peran pemerintah Korea yang dengan sigap merancang kebijakan untuk menjamin wisatawan medis dari luar Korea. Strategi ini diyakini untuk melindungi industri wisata medis Korea yang semakin diproduksi secara massal. Dalam kaitannya dengan kerupawanan, metafora konseptual ini membentuk pandangan bahwa penampilan yang rupawan dapat dimiliki melalui suatu pengalaman yang menyenangkan, layaknya berwisata. Mengubah bentuk anggota tubuh melalui bedah plastik pun tidak lagi dideskripsikan sebagai sesuatu yang menyakitkan dan berbahaya. Hal ini tidak mengherankan mengingat penggambaran bedah plastik sebagai kegiatan berwisata ini menargetkan pasien asing.

Ranah sumber lain yang digunakan untuk mendeskripsikan praktik bedah plastik di Korea adalah AKTIVITAS PABRIK. Pemetaan konseptual dari ranah sumber AKTIVITAS PABRIK ke ranah target PRAKTIK BEDAH PLASTIK dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Pemetaan Konseptual Metafora
PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH AKTIVITAS PABRIK



Tabel (3) memperlihatkan pemetaan unsur-unsur pada ranah target PRAKTIK BEDAH PLASTIK ke ranah sumber AKTIVITAS PABRIK. Menurut Kamus Standar Bahasa Korea, ‘*gongjang* (pabrik)’ adalah tempat yang memiliki fasilitas untuk memroses material atau bahan mentah untuk membuat barang lain. Pada metafora PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH AKTIVITAS PABRIK, klinik bedah plastik dipetakan pada ranah sumber PABRIK karena memiliki fasilitas yang dapat menghasilkan produk, yaitu tubuh pasien. Sementara itu, dokter spesialis bedah plastik dipetakan pada ranah sumber MESIN PENCETAK BARANG karena melakukan operasi pada banyak pasien dengan jumlah besar dan cara yang sama seperti cara kerja mesin. Realisasi dari metafora konseptual ini dapat dilihat pada kutipan ekspresi metaforis berikut ini.

- (6) *Gongjangsik daeryang seonghyeong susul-eul wihesoneun hogek hengwiga ppajil su eobta.* (Chosun Ilbo, 22 Desember 2014)
 공장식 대량 성형수술을 위해서는 호객 행위가 빠질 수 없다.
 ‘Untuk praktik **bedah plastik berskala besar seperti pabrik**, maka kegiatan promosi ke konsumen ini tidak bisa dihindari.’
- (7) [Sasol] “*Gongjangseo mulgeon jjigoneneun geot gathatta*”neun seonghyeong wegwa-ui gobaek. (Chosun Ilbo, 14 Maret 2014)
 [사설] “공장서 물건 찍어내는 것 같았다”는 성형외과 醫 고백
 [Editorial] Pengakuan dokter bedah plastik “**Seperti mencetak barang di pabrik**”
- (8) *Donbeorieman jeongsini phallyeo hwanja anjeoneun sohorhi han chae gongjangeso khonbeio belteureul dollideut susureul hetdaneun geosida.* (Chosun Ilbo, 12 April 2014)
 돈벌이에만 정신이 팔려 환자 안전은 소홀히 한 채 공장에서 컨베이어 벨트를 돌리듯 수술을 했다는 것이다.
 ‘Hanya fokus mencari uang sehingga mengabaikan keamanan pasien dan **melakukan operasi seperti memutar conveyor belt di pabrik.**’

Memasuki tahun 2000-an, wacana bedah plastik di media telah memasuki tahap industrialisasi di mana setiap warga negara Korea dipandang sebagai calon konsumen yang potensial untuk praktik bedah plastik (Leem, 2016). Hal ini juga dapat diamati melalui penggunaan ekspresi metaforis yang berkaitan dengan aktivitas pabrik untuk merujuk praktik bedah plastik, misalnya ‘*gongjangsik daeryang seonghyeong susul* (praktik bedah plastik berskala besar seperti pabrik)’, ‘*gongjangseo mulgeon jjigoneneun geot gathatta* (seperti mencetak barang di pabrik)’ dan ‘*gongjangeso khonbeio belteureul dollideut susureul hetda* (melakukan operasi seperti memutar sabuk conveyor di pabrik)’. Pada metafora PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH AKTIVITAS PABRIK, banyaknya jumlah pasien bedah plastik dideskripsikan sebagai produk yang dihasilkan dengan skala besar di pabrik. Dalam metafora ini, tubuh pasien adalah produk yang dihasilkan oleh mesin pabrik. Klinik bedah plastik pun dideskripsikan sebagai pabrik tempat dihasilkannya produk tersebut. Tidak hanya itu, layaknya mesin pabrik yang menempatkan produknya pada ban berjalan (*conveyor belt*) untuk memindahkan barang dari satu tahap ke tahap yang lain, ban berjalan ini juga

digunakan sebagai metafora untuk tubuh pasien yang terbaring di meja operasi dan terus berdatangan secara bergantian. Sementara itu, kutipan teks (8) menunjukkan metafora DOKTER SPESIALIS BEDAH PLASTIK ADALAH MESIN PENCETAK BARANG karena memiliki kesamaan yaitu melakukan suatu tindakan yang sama pada produk yang terletak di atas ban berjalan.

Penggunaan metafora PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH AKTIVITAS PABRIK ini secara umum memperlihatkan bahwa penampilan yang rupawan di Korea merupakan sesuatu yang dapat diproduksi dengan terencana dalam jumlah yang besar. Klinik bedah plastik sebagai pabrik yang memproduksi tubuh dan wajah yang rupawan ini pun dapat menyesuaikan hasil produk mereka sesuai dengan keinginan pasiennya. Oleh karena itu, penggunaan metafora ini membentuk pandangan bahwa penampilan yang rupawan dapat diproduksi secara massal dan terencana di Korea.

Ranah sumber berikutnya yang digunakan untuk mendeskripsikan tentang praktik bedah plastik di Korea adalah PERDAGANGAN. Berikut ini adalah pemetaan konseptual untuk metafora PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH PERDAGANGAN.

**Tabel 4. Pemetaan Konseptual Metafora
PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH PERDAGANGAN**

Ranah sumber PERDAGANGAN	Ranah target PRAKTIK BEDAH PLASTIK
• Kedai	• Klinik bedah plastik
• Penjual	• Dokter spesialis bedah plastik
• Produk yang dijual	• Tindakan bedah plastik
• Pembeli	• Pasien
• Kegiatan berbelanja	• Kegiatan bedah plastik
• Keinginan konsumen untuk berbelanja	• Keinginan pasien untuk melakukan bedah plastik

Pada tabel di atas, dapat dilihat pemetaan unsur-unsur bedah plastik pada ranah sumber PERDAGANGAN. Pada metafora ini, klinik bedah plastik dapat dipetakan pada ranah sumber KEDAI dan dokter spesialis bedah plastik dapat dipetakan pada ranah target PENJUAL. Berikut adalah beberapa kutipan ekspresi metaforis yang ditemukan berdasarkan metafora konseptual tersebut.

(9) *Ilbu seonghyeong byeongweon-eso gyeongheom maneun jeonmunineun ‘eolgul madam’ yeokhalman hago hwanjaga machidwen sai bijeongong chobo euisaga deri susul-eul haneun wonini yeogi itta.* (Chosun Ilbo, 25 Agustus 2014)

일부 성형병원에서 경험 많은 전문의는 ‘얼굴마담’ 역할만 하고 환자가 마취된 사이 비전공 초보 의사가 대리 수술을 하는 원인이 여기 있다.

‘Di sebagian klinik bedah plastik, dokter bedah plastik yang berpengalaman hanya berperan sebagai “**face madame**” dan inilah alasan dilakukannya operasi pengganti, yaitu operasi yang dilakukan oleh dokter non-spesialis dan belum berpengalaman ketika pasien sudah dibius.’

(10) *Seonghyeongeul matheu gaseo mulgeon hana saoneun geot cheorom jayeonseroun hengwiwo myosahae cheongsonyeondeurege mubangbiro yeonghyangeul junda.* (Chosun Ilbo, 16 September 2014)

성형을 마트 가서 물건 하나 사오는 것처럼 자연스러운 행위로 묘사해 청소년들에게 무방비로 영향을 준다.

‘Tindakan bedah plastik yang dideskripsikan sebagai suatu kegiatan yang wajar **seperti membeli barang ke toko ini** memengaruhi para remaja tanpa terhindarkan.’

- (11) *Seonghyeongeul eodi gaseo syophinghaneun geot cheorom yeoginda.* (Chosun Ilbo, 16 September 2014)
 성형수술을 어디 가서 쇼핑하는 것 처럼 여긴다.
 ‘Bedah plastik dianggap seperti kegiatan berbelanja.’

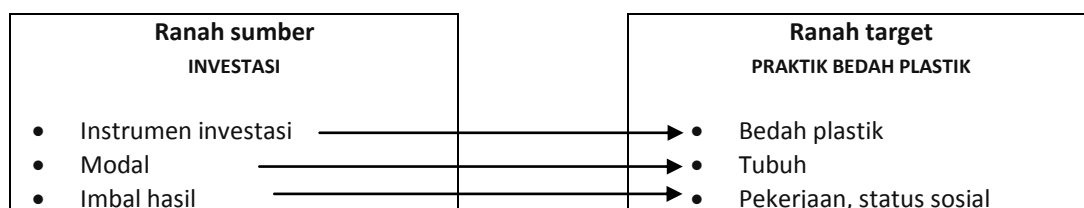
Pada teks (9), ekspresi metaforis *eolgul madam* (*face madame*, 얼굴마담) digunakan untuk merujuk ke dokter spesialis bedah plastik yang memberikan konsultasi pada pasien. KBSK mendefinisikan *eolgul madam* sebagai ‘nyonya yang mewakili suatu kedai atau bar’ dan ‘orang yang memiliki ciri tertentu untuk mewakili suatu bidang atau kelompok’. *Eolgul madam* banyak dijumpai pada kedai atau bar di Korea pada tahun 1960-1980 dan berperan sebagai penyambut tamu yang datang (Kim, 2020). Ekspresi metaforis ini menunjukkan bahwa dokter spesialis bedah plastik yang berpengalaman dikatakan hanya berperan sebagai penyambut pasien yang datang, sedangkan tindakan operasinya dilakukan oleh dokter lain yang kurang berpengalaman. Ekspresi metaforis lain yang ditemukan berkaitan dengan hal ini adalah istilah *setha euisa* (dokter bintang, 스타 의사).

Apabila dokter spesialis bedah plastik diibaratkan sebagai nyonya penjaga kedai atau bar maka dapat dikatakan bahwa ekspresi ini didasari oleh metafora konseptual PASIEN ADALAH PEMBELI dan KEGIATAN BEDAH PLASTIK ADALAH KEGIATAN BERBELANJA. Seperti yang dapat dilihat pada kutipan teks (10) dan (11), melakukan bedah plastik dideskripsikan sebagai kegiatan yang rutin dilakukan seperti halnya berbelanja. Perumpamaan ini menunjukkan bahwa bedah plastik merupakan sesuatu yang mudah dijangkau dan dapat dilakukan oleh siapapun di Korea. Di sisi lain, penggunaan ekspresi metaforis ini pun menimbulkan pandangan bahwa kemampuan finansial menjadi indikator utama apakah seseorang dapat atau perlu melakukan bedah plastik atau tidak.

Perumpamaan praktik bedah plastik dengan kegiatan berbelanja dapat membentuk pandangan bahwa keduanya memberikan kepuasan dan kesenangan bagi pelakunya. Selain itu, penggunaan metafora ini pun membentuk pandangan bahwa penampilan yang rupawan merupakan sesuatu yang dapat dibeli, baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Stone (2013) melalui artikelnya dalam *The Atlantic* (27 Juni 2013) menyatakan bahwa *International Society of Aesthetic Plastic Surgeons* melaporkan bahwa satu dari lima wanita, termasuk remaja di Korea Selatan telah menjalani beberapa bentuk bedah plastik. Bedah plastik juga dikatakan kerap dijadikan hadiah ulang tahun atau hadiah dari orang tua mereka atas kelulusan anaknya. Fenomena ini juga diyakini mendorong bedah plastik menjadi kebutuhan dasar dan umum diperdagangkan di tengah masyarakat Korea.

Selain dipandang sebagai fenomena jual-beli pada metafora yang telah disebutkan sebelumnya, masyarakat Korea juga memetakan bedah plastik pada ranah sumber, yaitu INVESTASI dan TINDAK KRIMINAL. Berikut adalah pemetaan dari unsur-unsur dari ranah sumber tersebut.

**Tabel 5. Pemetaan Konseptual Metafora
 PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH INVESTASI**



Masyarakat Korea memutuskan untuk melakukan bedah plastik dengan motif yang beragam. Motivasi tersebut dapat berupa keinginan untuk tampil lebih rupawan,

menghilangkan rasa rendah diri dan tekanan dari lingkungan, serta harapan untuk mendapatkan kualitas hidup yang lebih baik (Ja, 2004). Metafora PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH INVESTASI ini berkaitan dengan harapan masyarakat Korea untuk meningkatkan kualitas hidupnya melalui peningkatan penampilannya. Penampilan yang lebih baik dipercaya dapat memberikan pekerjaan, kesuksesan dan kebahagiaan. Oleh karena itu, praktik bedah plastik kerap diibaratkan sebagai investasi untuk mendapatkan berbagai keuntungan. Berikut adalah contoh kutipan teks ekspresi metaforis dari metafora PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH INVESTASI.

- (12) *Maeryeokjaboneun useon wemoda.* (Chosun Ilbo, 17 April 2018)
 매력자본은 우선 외모다.
 ‘Pertama, modal pesona adalah penampilan.’
- (13) *Ilbu cheonghnyeon beksudeuri ‘cwieob seonghyeong’do seoseumji aneul jeongdoda.* (Chosun Ilbo, 5 Januari 2010)
 일부 청년 백수들이 ‘취업성형’도 서슴지 않을 정도다.
 ‘Sebagian pemuda yang pengangguran pun tidak ragu melakukan ‘bedah plastik pekerjaan.’
- (14) *Geu doneul seonghyeong malgo jasini gajang jalhaneun ire thujahaneun ge baekbon natda.* (Chosun Ilbo, 11 Juli 2014)
 그 돈을 성형 말고 자신이 가장 잘하는 일에 투자하는 게 백번 낫다.
 ‘Lebih baik uang itu diinvestasikan ke sesuatu yang dikuasai daripada ke bedah plastik.’

Kutipan teks di atas memperlihatkan penggunaan ranah sumber INVESTASI dalam wacana bedah plastik. Praktik bedah plastik dipandang sebagai salah satu instrumen investasi yang dapat menghasilkan keuntungan, salah satunya adalah mendapatkan pekerjaan. Sementara itu, modal yang diperlukan adalah tubuh dengan penampilan yang baik. Argumen ini diperkuat oleh survei yang dilakukan oleh So (2022) tentang pendapat masyarakat yang menjalani bedah plastik untuk meningkatkan peluang mendapatkan pekerjaan atau untuk menikah di Korea Selatan. Survei tersebut menemukan bahwa responden wanita yang berusia 30 dan 40 tahunan memberikan respon yang paling positif dan menyatakan dapat menerima bedah plastik untuk meningkatkan peluang mendapatkan pekerjaan atau untuk mendapatkan pasangan (menikah). Secara keseluruhan, lebih dari 2/3 responden Korea memberikan respon yang positif terhadap bedah plastik untuk mendapatkan kesempatan yang lebih baik dalam hidup mereka. Keyakinan bahwa kerupawanan dapat diperoleh melalui bedah plastik dan akan menentukan kesuksesan di masa depan mendorong masyarakat Korea, terutama generasi muda untuk ikut melakukan bedah plastik. Tren ini tidak hanya membawa keuntungan perekonomian negara Korea tetapi juga kerap dimanfaatkan bagi beberapa oknum untuk melakukan tindakan melanggar hukum.

Dalam kaitannya dengan kerupawanan, metafora ini menegaskan bahwa penampilan yang rupawan merupakan suatu kekuatan dan modal dasar yang diharapkan dapat memberikan keuntungan. Penampilan yang rupawan dipandang sebagai kelebihan atau nilai tambah yang dapat membantu seseorang memenangkan persaingan. Oleh karena itu, kerupawanan pun dipandang sebagai sesuatu yang mutlak diperlukan dalam tiap persaingan.

Oleh karena itu, selain ranah sumber INVESTASI, praktik bedah plastik juga dipandang sebagai tindak kriminal dengan pemetaan antar ranah dan contoh ekspresi metaforis sebagai berikut.

Tabel 6. Pemetaan Konseptual Metafora
PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH SINDIKAT KRIMINAL

Ranah sumber SINDIKAT KRIMINAL	Ranah target PRAKTIK BEDAH PLASTIK
<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk Penipuan • Penipu • Senjata 	<ul style="list-style-type: none"> • Bedah plastik • Dokter spesialis bedah plastik • Alat bius, pisau bedah

Pemetaan di atas memperlihatkan pemetaan ranah target BEDAH PLASTIK pada ranah sumber BENTUK PENIPUAN dan ranah target DOKTER SPESIALIS BEDAH PLASTIK pada ranah sumber PENIPU. Tindakan kriminal tersebut dilakukan dengan menggunakan berbagai alat kedokteran, seperti alat bius dan pisau bedah yang dipandang sebagai senjata. Ekspresi metaforis ini dapat dimaknai bahwa bedah plastik cenderung dianggap sebagai sesuatu hal yang negatif. Beberapa contoh kutipan ekspresi metaforis ini adalah sebagai berikut.

- (15) *Geurimja euisa yeokhaleun jeonmuni jagyeokeul gat ttan chobo euisana seonghyeongwegwa jeonmunido anin euisaga handaneun geosida.* (Chosun Ilbo, 12 April 2014)
 그림자 의사 역할은 전문의 자격을 갖 단 초보 의사나 성형외과 전문의도 아닌 의사가 한다는 것이다.
 ‘Peran **dokter bayangan** ini dilakukan dokter nonspesialis bedah plastik atau dokter junior yang baru mendapat kualifikasi dokter spesialis.’
- (16) *Geuneun “seonghyeong susuliraneun sagisuri hyeondae gwahakiraneun mimyeonggeuro hwalgereul chigo itdago menggonghaetda.* (Chosun Ilbo, 23 November 2016)
 그는 “**성형수술이라는 사기술이** 현대 과학이라는 미명으로 활개를 치고 있다”고 맹공했다.
 ‘Ia menegaskan bahwa “**tindak penipuan bernama bedah plastik** ini semakin menyebar dengan nama ilmu pengetahuan modern”.’
- (17) *Ireon byeongweonui euisa sone deullin meseuwa macwijusaneun sarin mugina dareumobta.* (Chosun Ilbo, 12 April 2014)
 이런 병원의 의사 손에 들린 **메스와 마취주사**는 살인 무기나 다름없다.
 ‘Di tangan dokter di rumah sakit yang seperti ini, **pisau bedah dan alat suntik itu tidak ada bedanya dengan senjata pembunuhan.**’

Teks (15) sampai (17) memperlihatkan kritik masyarakat terhadap tindakan bedah plastik yang dilakukan oleh dokter nonspesialis. Ekspresi *geurimja euisa* (dokter bayangan) memperlihatkan dokter, khususnya dokter non-spesialis, sebagai dokter yang bekerja dalam gelapnya bayangan atau tanpa sepengetahuan pasien. Sementara itu, *seonghyeongsusuliraneun sagisuri* (tindak penipuan bernama bedah plastik) ini menunjukkan bahwa bedah plastik termasuk ke dalam salah satu bentuk penipuan. Penggunaan ekspresi metaforis tersebut dapat muncul karena berlandaskan pada metafora konseptual PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH SINDIKAT KRIMINAL dimana kegiatan yang dilakukan melanggar aturan yang berlaku di Korea.

Melalui artikel editorial berjudul “*South Korea’s dangerous ghost doctors are putting plastic surgery patients’ lives at risk*” dalam laman CNN, disebutkan bahwa secara hukum di Korea Selatan, seseorang yang memerintahkan atau melakukan tindakan medis tanpa izin dapat dikenakan hukuman maksimum lima tahun penjara atau denda maksimum 50 juta won atau sejumlah \$ 44.000 (Seo & Hollingsworth, 2021). Jika tindakan bedah plastik dilakukan oleh dokter nonspesialis bedah plastik maka dapat dikenakan tuduhan menyebabkan bahaya atau penipuan. Akan tetapi, kejahatan ini sulit dibuktikan karena banyak dokter pengganti tidak mencatat pekerjaan yang telah mereka lakukan dan banyak klinik tidak memiliki kamera CCTV. Selain itu, kasus seperti ini juga jarang mendapatkan hukuman berat sehingga

beberapa klinik tetap melanjutkan praktik seperti ini. Padahal tindakan ini sangat berbahaya dan dapat menyebabkan pasien meninggal dunia atau mengalami kecacatan. Penggunaan ekspresi metaforis *geurimja euisa* (dokter bayangan) dan *meseuwa macwijusaneun sarin mugina dareumobta* (pisau bedah dan alat suntik itu tidak ada bedanya dengan senjata pembunuhan) mengonstruksi pandangan bahwa bedah plastik di Korea adalah tindak kriminal yang menimbulkan korban.

Secara historis, dasar hukum untuk praktik bedah plastik di Korea telah dirancang sejak tahun 1974 oleh Mahkamah Agung Korea Selatan yang menyetujui bedah plastik untuk tujuan estetika sebagai praktik medis (Leem, 2016). Akan tetapi, pada tahun 2014, praktik penipuan dalam bedah plastik atau dikenal dengan istilah ‘operasi hantu’ ini semakin marak dilakukan. Oleh karena itu, pada tahun 2015, Asosiasi Dokter Bedah Plastik Korea mendesak Kementerian Kesehatan dan Kesejahteraan Korea untuk memperketat aturan dengan mewajibkan dokter untuk mengatakan siapa yang menangani suatu operasi dan memasang kamera CCTV di klinik (Eom et al., 2019). Ketentuan hukum terkait kewajiban memasang CCTV di ruang operasi ini sudah disetujui dalam sidang paripurna di Majelis Nasional Korea dan akan diberlakukan tahun 2023. Meskipun demikian, hingga saat ini tindakan pelanggaran yang menggunakan dokter pengganti tersebut pun masih kerap ditemukan.

Munculnya penggunaan metafora PRAKTIK BEDAH PLASTIK ADALAH SINDIKAT KRIMINAL dalam wacana bedah plastik di Korea memperlihatkan bahwa penampilan yang rupawan merupakan sesuatu yang dapat diperoleh dengan cara yang berbahaya, namun tetap diminati oleh masyarakat Korea. Klinik bedah plastik pun tidak segan melakukan tindakan yang melanggar aturan agar dapat memenuhi permintaan yang sangat tinggi dan memperoleh keuntungan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis artikel opini bertema bedah plastik dalam surat kabar daring Chosun Ilbo, penelitian ini menemukan 5 (lima) ranah sumber yang digunakan untuk menjelaskan ranah target PRAKTIK BEDAH PLASTIK, di antaranya adalah KEGIATAN WISATA, AKTIVITAS PABRIK, PERDAGANGAN, INVESTASI, dan SINDIKAT KRIMINAL. Secara keseluruhan, penggunaan metafora dalam artikel opini di Chosun Ilbo ini memperlihatkan bahwa praktik bedah plastik di Korea cenderung digambarkan secara positif melalui ranah sumber KEGIATAN WISATA, AKTIVITAS PABRIK, PERDAGANGAN, INVESTASI. Meskipun demikian, praktik bedah plastik juga dideskripsikan secara negatif melalui ranah sumber AKTIVITAS PABRIK dan SINDIKAT KRIMINAL. Dalam kaitannya dengan kerupawanan, ekspresi metaforis pada Chosun Ilbo (2010-2019) memandang penampilan yang rupawan sebagai sesuatu yang dapat diproduksi secara massal dengan terencana, dapat diperoleh dengan cara yang menyenangkan seperti berwisata, ditukar dengan uang, dan dapat menjadi modal dasar yang membawa berbagai keuntungan. Meskipun demikian, penampilan yang rupawan juga dipandang sebagai sesuatu yang dapat diperoleh melalui cara yang berbahaya, beresiko, dan melibatkan pelanggaran peraturan.

Penggunaan data penelitian yang terbatas pada satu kolom dalam satu surat kabar daring ini menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini membuka peluang untuk penelitian lanjutan dengan mengeksplorasi lebih banyak surat kabar, terutama dengan ideologi yang berbeda, sehingga dapat menjadi komparasi atas konstruksi yang ditemukan. Selain itu, rentang waktu yang lebih panjang juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang fenomena ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Am Seo, Y., Chung, H.-I. C., & Kim, Y. A. (2019). Experience and acceptance of cosmetic procedures among South Korean women in their 20s. *Aesthetic plastic surgery*, 43(2), 531-538.
- Charteris-Black, J. (2004). *Corpus approaches to critical metaphor analysis*. Palgrave Macmillan.
- Chilton, P. (2005). Missing Links in Mainstream CDA. In R. Wodak & P. Chilton (Eds.), *A new agenda in (critical) discourse analysis* (pp. 19-51). John Benjamins Publishing Company.
- Choi, J. (2018). National Image of North Korea in South Korean News Media. *Journal of Public Affairs*, 18(4), e1710. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/pa.1710>
- Cruse, D. A. (2000). *Meaning in Language: An Introduction to Semantics and Pragmatics*. Oxford University Press.
- Davies, G., & Han, G.-S. (2011). Korean cosmetic surgery and digital publicity: Beauty by Korean design. *Media International Australia*, 141(1), 146-156.
- Egbert, J., & Biber, D. (2019). Incorporating text dispersion into keyword analyses. *Corpora*, 14(1), 77-104.
- Eom, T., Yu, J., & Han, H. (2019). Medical tourism in Korea—recent phenomena, emerging markets, potential threats, and challenge factors: A review. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(6), 563-573.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman Inc.
- Hart, C. (2008). Critical discourse analysis and metaphor: Toward a theoretical framework. *Critical discourse studies*, 5(2), 91-106.
- Haryatmoko, D. (2019). *Critical Discourse Analysis*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Hidayat, H. (2017). Pemanfaatan Fitur Metafora Dalam Teks Pidato Politik Shinzo Abe Sebagai Perdana Menteri Jepang Ke-96: Analisis Wacana Kritis. *Metalingua: Jurnal Penelitian Bahasa*, 12(2), 165-178.
- Holliday, R., Bell, D., Jones, M., Hardy, K., Hunter, E., Probyn, E., & Taylor, J. S. (2015). Beautiful face, beautiful place: relational geographies and gender in cosmetic surgery tourism websites. *Gender, Place & Culture*, 22(1), 90-106.
- Holliday, R., Cheung, O., Cho, J. H., & Bell, D. (2017). Trading faces: The ‘Korean Look’ and medical nationalism in South Korean cosmetic surgery tourism. *Asia Pacific Viewpoint*, 58(2), 190-202.
- Hong, S. E., Hong, M. K., Park, B. Y., Woo, K. J., & Kang, S. R. (2018). Is the “ghost surgery” the subject of legal punishment in Korea? *Annals of surgical treatment and research*, 94(4), 167-173.
- Ilbo, C. (2010-2019). *Corpus of Opinion Related To Plastic Surgery*. www.chosun.com/opinion/
- Ja, W. K. (2004). The beauty complex and the cosmetic surgery industry. *Korea Journal*, 44(2), 52-82.
- Jung, K. S., Won-young, D., & Kyong-bong, C. (2019). Metaphor Categories and Types: From the Perspective of Building Databases (은유의 범주와 유형-데이터베이스

- 구축의 관점에서). *Journal of Korean National Language and Literature (겨레어문학)*(62), 221-249.
- Kim, I. S. (2016). The impact of exposure of cosmetic surgery advertisements to body satisfaction and intention of cosmetic surgery : The mediating effect of attitude toward body image (성형광고노출이 외모만족도 및 성형수술의도에 미치는 영향: 외모기준 내면화의 매개변인을 중심으로). *언론과학연구*, 16(3), 49-76.
- Kim, J. (2020). *The Relationship between Culture and Spatial Design of Cafe in Cinema: Focusing on Korean Films since the 1930s (영화 속 카페 문화와 공간 디자인의 관계)* [Master Thesis, Hanyang University (한양대학교)].
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2003). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press
- Lee, J. (2019). *Beauty, a Capital or a Corset? A Quantitative Analysis of the Time Investment in Appearance by Females in South Korea* [Thesis, Graduate School of International Studies Seoul National University].
- Leem, S. Y. (2016). The dubious enhancement: Making South Korea a plastic surgery nation. *East Asian Science, Technology and Society: an International Journal*, 10(1), 51-71.
- Li, E. P. H., Min, H. J., & Lee, S. (2020). Soft power and nation rebranding: The transformation of Korean national identity through cosmetic surgery tourism. *International Marketing Review*.
- Lim, I. S. (2010). Uninformed Dangers in the Republic of Cosmetic Surgery, Korea (미용성형공화국의 고지되지 않는 위험). *사회와 역사 (구 한국사회사학회논문집)*, 88, 39-78.
- Lim, Y. h. (2011). Column Analysis in the Opinion Sections of Local Newspaper: With a Focus on the Daejeon and Chungcheong Newspaper (지역신문 오피니언 면 칼럼분석: 대전·충청 일간신문을 중심으로). *Journal of Social Sciences (사회과학연구)*, 22(4), 31-53.
- Logan, R. A., Park, J., & Shin, J.-h. (2004). Elite sources, context, and news topics: How two Korean newspapers covered a public health crisis. *Science Communication*, 25(4), 364-398.
- Moon, M. (2015). Cosmetic surgery as a commodity for 'sale' in online news. *Asian Journal of Communication*, 25(1), 102-113.
- Musolff, A. (2012, 2012/08/01). The study of metaphor as part of critical discourse analysis. *Critical Discourse Studies*, 9(3), 301-310.
<https://doi.org/10.1080/17405904.2012.688300>
- Park, R. H., Myers, P. L., & Langstein, H. N. (2019). Beliefs and trends of aesthetic surgery in South Korean young adults. *Archives of plastic surgery*, 46(6), 612.
- Park, S., Kim, K., & Ko, M. (2010). An Analysis of Gender Inequality in the Op-Ed Pages of Korean Newspapers (한국 신문 오피니언 칼럼의 젠더 특성 분석: 여성 필자의 과소 재현과 성 불평등 구조). *Korean Journal of Journalism and Communication Studies (한국언론학보)*, 54(1), 55-81.
- Park, S.-Y., & Allgayer, S. (2018). Cosmetic surgery advertising exposure, attitudes toward the surgery and surgeons, and perceptions of the advertisement features. *Journal of Communication in Healthcare*, 11(1), 69-80.

- Park, Y. S. (1995). Korean Metaphor (국어 은유에 대하여). *Hannam Omunhak (한남어문학)*, 20, 129-146.
- Pragglejaz, G. (2007). MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol*, 22(1), 1-39.
- Santa Ana, O. (1999). Like an animal I was treated': Anti-immigrant metaphor in US public discourse. *Discourse & society*, 10(2), 191-224.
- Santa Ana, O. (2002). *Brown Tide Rising: Metaphors of Latinos in Contemporary American Public Discourse*. University of Texas Press.
- Seo, Y., & Hollingsworth, J. (2021). *South Korea's Dangerous Ghost Doctors are Putting Plastic Surgery Patients' Lives at Risk*. CNN.
- Seong, H. M. (2015). Criminal Liabilities of Ghost Surgery Focus on Cosmetic Surgery (유령수술행위의 형사책임-미용성형수술을 중심으로). *Journal of Medical Law (의료법학)*, 16(2), 27-53.
- So, W. (2022). *Acceptance of Plastic Surgery for Job or Marriage South Korea 2020, by Age and Gender*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1111242/south-korea-acceptance-of-plastic-surgery-for-job-or-marriage-by-age-and-gender/>
- Stone, Z. (2013). *South Korean High Schoolers Get Plastic Surgery for Graduation*. The Atlantic. Retrieved 10 August 2023 from <https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/06/south-korean-high-schoolers-get-plastic-surgery-for-graduation/277255/>
- Un, P. S. (2007). "Beauty will save you": the myth and ritual of dieting in Korean society. *Korea Journal*, 47(2), 41-70.
- Vanhove, N. (1997). Mass tourism. *Tourism, development and growth: The challenge of sustainability*, 50-77.
- Welfare, K. M. o. H. a. (2015). *Government to Enhance Foreign Patient Protection* https://www.mohw.go.kr/eng/nw/nw0101vw.jsp?PAR_MENU_ID=1007&MENU_ID=100701&page=15&CONT_SEQ=317210
- Wen, N., Chia, S. C., & Xiaoming, H. (2017). Does gender matter? Testing the influence of presumed media influence on young people's attitudes toward cosmetic surgery. *Sex Roles*, 76(7-8), 436-447.
- Wodak, R. (2006). Mediation between discourse and society: Assessing cognitive approaches in CDA. *Discourse studies*, 8(1), 179-190.
- Wonyoung, D., Hyeryoung, K., Kyeong-bong, C., & Chol, C. H. (2018). Introduction to Metaphor Database Construction (은유 데이터베이스 구축을 위한 시론). *Korean Semantics*, 61, 55-79.