**BAB II**

***KOREAN WAVE* MENUJU MASYARAKAT GLOBAL**

1. **Gambaran Umum Tentang Korea Selatan**

Korea terletak di semenanjung Korea, yang membentang sepanjang 1.100 km dari utara ke selatan. Semenanjung Korea berada di bagian timur laut benua Asia, di mana perairan Korea bertemu dengan bagian paling barat Samudra Pasifik. Bangsa Korea bermula dari salah satu suku Ye Maek diantara suku Tungusik di masa kuno di wilayah Asia, berkembang menjadi bangsa Korea. Bahasa nasional Republik Korea adalah bahasa Korea, yakni bahasa yang digunakan waga Korea di Semenanjung Korea. Kini sekitar 70 juta orang di Korea Selatan dan Korea Utara, sekitar 3,5 juta orang Korea di luar negeri menggunakan Bahasa Korea.[[1]](#footnote-2)

Korea Selatan adalah sebuah negara yang dengan cepat menjadi negara maju yang bertaraf hidup tinggi, Korea Selatan juga merupakan negara dengan tingkat ekonomi tinggi. Kemajuan ekonomi Korea Selatan didukung oleh perusahaan elektronik, kereta, kapal, minyak, gas, dan robot.

Bendera negara Korea Selatan disebut Taegeukgi dan terdiri dari tiga bagian : latar belakang berwarna putih, taegeuk berwarna merah dan biru ditengah, serta empat trigram (kwae) disetiap sudut bendera. Latar belakang berwarna putih melambangkan cahaya, dan cinta. Sedangkan taeguk sendiri melambangkan kejujuran dan perpaduan antara surge dan manusia, taeguk disebut juga yin dan yang, keduanya tak terpisahkan dan membuat segala didunia ini bersikulasi menghasilkan harmoni, dan menciptakan kreasi baru. Keempat trigram melambangkan filosopi kedamaian yang direalisasikan lewat perputaran dan perkembangan taeguk. Geon yang terletak di kiri atas pada sisi yang melambangkan keadilan tuhan, gon yang terletak di kanan bawah pada sisi gam yang paling kuat melambangkan kebijaksanaan, ri yang terletak di kiri bawah melambangkan cahaya.[[2]](#footnote-3)

Kepercayaan Korea Selatan adalah bentuk kepercayaan yang dipengaruhi berbagai agama, pemikiran, dan kepercayaan selama ribuan tahun di Korea. Pengaruh tersebut paling kuat terdapat dalam shamanisme, buddhisme, konfusianisme, dan taonisme, faktor – faktor tersebut telah membentuk pikiran dna kehidupan bangsa Korea.[[3]](#footnote-4)

Korea Selatan mempunyai banyak objek wisata yang indah, diantaranya adalah pulau jeju, name island, istana Gyeongbok, istana Changdeok, Lotte World, dan banyak lagi. Objek – objek wisata di Korea Selatan dapat dengan mudah menarik perhatian, kebanyakan objek wisata di Korea Selatan dikenal karena pernah menjadi latar suatu adegan dalam drama seri Korea Selatan. Selain itu juga Korea Selatan merupakan salah satu surge makanan sehat didunia, makanan – makanan Korea mempunyai cita rasa yang unik dan menyehatkan.

Saat ini kebudayaan Korea Selatan selalu menjadi sorotan public, dikarenakan mewabahnya *Korean Wave* didunia, hal itu membuat kebudayaan Korea Selatan ikut mendapat perhatian yang luas dari masyarakat dunia.[[4]](#footnote-5)

1. **Peran Pemerintah Korea Selatan dalam Perkembangan *Korean Wave* di Dunia**

Pemerintah Korea Selatan sangat berperan dalam mewabahnya *Korean Wave*. Dukungan tersebut diwujudkan dengan menghindarkan diri dari gempuran industri entertainment dari barat. Hal ini menjadikan orang Korea sendirilah yang harus menciptakan produk – produk media massanya sendiri. Selain itu dukungan dari pemerintah juga diwujudkan melalui berbagai event seni seperti festival – festival film dan musik bertaraf internasional.

Kesuksesan Korea mengekspor budaya popular ke mancanegara bukan tanpa rencana. Presiden Lee Myung Bak melalui visi *Global Korea* bertekad membangun kapasitas negaranya sebagai actor global dengan modal budaya sebagai soft power.

Ada banyak cara yang dilakukan pemerintah Korea Selatan untuk mempromosikan budaya dan objek wisata negaranya. Salah satunya melalui dunia hiburan, seperti musik, film, ataupun acara variety show. Hal inilah yang digunakan oleh pemerintah dan warga Korea Selatan dalam mempromosikan budaya dan wisata negara mereka.

Musik dan film merupakan salah satu media komunikasi yang penyebarannya dilakukan melalui media massa. Tujuannya jelas untuk menyampaikan pesan yang terkandung didalam syair lagu, nada – nada pada music dnan jalan cerita, karakter pemain hingga latar belakang pada film. Komunikator pada musik adalah penyanyi, pencipta atau pemain music dna pada film pembuat film sedangkan komunikanya adalah penikmat dari film music dan film tersebut. Kedua hal tersebut merupakan salah satu cara yang efektif dalam penyebaran pesan di era budaya pop seperti ini. Dimana penciptanya masyarakat yanh homogen, yaitu masyarakat konsumtif dengan kesenangan yang homogeny. Yang dimaksud dengan homogeny, dimana masyarakat dipaksa menyukai suatu hal yang sama, contohnya musik pop, drama percintaan yang saat ini banyak diminati.

Tidak hanya melalui musik dan film, drama pun berperan banyak dalam penyebaran budaya Korea. Penyajian drama Korea banyak diminati diberbagai kalangan. Hal itu dikarenakan jalan cerita tentang percintaan dan konflik yang menarik dan di kemas dengan jumlah episode yang sedikit, rata – rata hanya 16 – 20 episode. Drama Winter Sonata selesai pada tahun 2002, namun seiring *Korean Wave* yang semakin menyebar luas drama ini masi banyak diminati sampai sekarang. Sebelum dijadikan setting drama tersebut, jumlah pengunjung Nami Island hanya sampai 200.000 orang pertahunnya. Setelah drama ini popular, jumlah pengunjung telah mencapai angka 1,6 juta orang pertahun. Sungguh angka yang terbilang fantastis. Keindahan pulau yang dipadukan dengna keindahan drama percintaan mampu menarik wisatawan asing untuk bisa merasakan keindahan romantisme pulau tersebut.

Seperti tidak kehabisan ide acara *variety show* pun dijadikan sebagai pengenalan budaya dan objek wisata. Dua buah acara yang paling banyak diminati oleh masyarakat Korea Selatan hingga ke masyarakat mancanegara yakni *Running Man* dan *We Got Marriedi* program tersebut memiliki tujuan yang berbeda. *Running Man* lebih mengenal objek tempat yang disuguhkan dengan alur yang menarik dan diminati. Sedangkan *We Got Married* lebih terhadap budaya kehidupan sehari – hari pasangan selebritis.

Acara – acara itu memang membutuhkan biaya produksi yang tidak sedikit tetapi bisa menghasilkan dampak yang begitu besar bagi kondisi jumlah pengunjung ke Korea. Pengunjung yang berasal dari China saja mengalami peningkatan dari tahun 2009 yang berjumlah 1,3 juta dan tahun 2011 meningkat menjadi 2,2 juta. Mereka tidak hanya melalui jalur udara tetapi juga melalui jalur laut, itu baru yang berasal dari China saja. Dirasa bisa lebih dari itu jika kita melihat *Korean Wave* yang merebak di Dunia.

1. ***Korean Wave (Hallyu)***
2. **Definisi Fenomena *Korean Wave* dan Perkembangannya**

*Korean Wave* merupakan fenomena budaya pop ataupun budaya popular Korea yang mengalami penyebaran melalui media ke negara – negara lainnya. Penyebaran ini dimulai dengan penyebaran drama – drama Korea yang selanjutnya diikuti oleh musik, dan juga gaya hidup masyarakat Korea. *Korean Wave* ini pada akhirnya digunakan tidak hanya untuk menunjukan kecintaan terhadap budaya pop Korea saja, tetapi juga segala hal yang berhubungan dengan Korea. Istilah lain *Korean Wave,* yaitu *Hallyu* merupakan istilah yang diperkenalkan pertama kali oleh salah satu jurnalis Cina untuk menjelaskan kepopuleran budaya pop Korea di Cina pada tahun 1990an.[[5]](#footnote-6)

Fenomena *Korean Wave* ini dimulai pada saat Cina muli menayangkan drama Korea, yaitu *What is Love All* di salah satu stasiun TV Cina, *China Central Television Station (CCTV)* pada sekitar tahun 1997. Drama pertama Korea yang ditayangkan ini mendapatkan respon yang sangat baik, dan diputarkan kembali pada tahun 1998 dan berada ditingkat tertinggi kedua dalam sejarah perfilman di Cina. Setelah itu, pada tahun 1999, slaah satu drama Korea lainnya ditayangkan di Cina dan Taiwan, yaitu *Stars in My Heart* dan kembali menjadi drama terpopuler di kedua negara tersebut. Sejak saat itu, drama Korea menjadi lebih terkenal dan diikuti dengan disiarkan dinegara – negara lainnya, seperti Hongkongm Taiwan, Singapura, Vietnam, Indonesia, Jepangm Thailand, dan negara – negara lainnya. Penayangan *Winter Sonata* inipun menjadi awal dari *Korean Wave* di Jepang, atau yang biasa disebut dengan *“Korea Boom”* oleh masyarakat Jepang. Beberapa artisnya menjadi artis utama yang terkenal di Jepang yang juga memberikan pengaruh pada konsumsi produk Korea dan segala hal yang berhubungan dengan Korea.[[6]](#footnote-7)

Perkembangan *Korean Wave* ini tidak hanya didominasi oleh drama – drama Korea Saja, tetapi juga music Korea itu sendiri. Diawali pada akhir tahun 1990an, salah satu stasiun televise music regional, *V Chanel*, menayangkan video musisi Korea yang pada akhirnya menjadi sangat popular di Asia. Pada tahun 2002, salah satu penyanyi remaja Boa yang merilis albumnya ditahun tersebut mencapai urutan teratas di *Oricon Weekly Chart*, salah satu urutan tangga lagu di Jepang yang setara dengan *American Billboard Chart*. Lagu – lagu dan gerakan tari dan band – band Korea seperti Wonder Girls, Girls Generation, Super Junior, DBSK menjadi sangat popular dinegara – negara lain, seperti Jepang, Cina, dna juga negara – negara Asia Tenggara.

Begitu juga dengan perfilman Korea, salah satu film Korea yakni *Shiri* menjadi sebuah film yang sangat popular pada saat itu dan juga ditayangkan dinegara – negara Asia lainnya, seperti Hongkong, Jepang, Singapura, dan Taiwan. Walaupun film ini juga mendapatkan banyak kritikan, tetapi film ini menjadi awal dari masuknya film – film Korea di pasar internasional. Karena sejak itu, film – film Korea menjadi film yang juga mendominasi bioskop – bioskop di Asia. Tidak hanya itu, kesuksesan perfiman Korea juga mulai memasuki pasar Amerika dan Eropa, seperti salah satunya adalah perusahaan perfilman Amerika *Hollywood Studios* telah membuat ulang film tersebut dalam versi mereka.

Kepopuleran tiga jenis budaya popular tersebut pada akhirnya juga medorong kepopuleran dari artis – artis yang juga berlaga baik dalam drama, film, dan music tersebut. Pada dasarnya kepopuleran akan budaya Korea ini tidak saja hanya digambarkan dan dipengaruhi oleh artis – artis, tetapi juga melihat dalam cerita – cerita drama tersebut yang memang diperankan oleh artis – artis tersebut.

Melalui penjabaran mengenai definisi *Korean Wave di atas,* dapat dilihat bahwa fenomena *Korean Wave* ini pada akhirnya akan memberikan kemajuan bagi Korea yang mendorong para penggemar tersebut untuk mulai menyukai hal – hal lain dari Korea Selatan yang pada dasarnya mereka ketahui dari drama – drama. Sebagai contoh adalah telepon genggam, jenis telepon genghham yang digunakan dalam satu drama Korea pada akhirnya juga akan menjadi perhatian para penggemar yang akan membuat peningkatan dalam penjualan jenis telepon genggam tersebut. Begitu juga dengan aspek – aspek Korea lainnya. Pada akhirnya kepopuleran budaya Korea atau juga dengan *Korean Wave* ataupun *Hallyu* menjadi budaya popular Korea yang tidak hanya berhubungan dengan drama, film, dan musik saja, tetapi juga makanan Korea, gaya berpakaian Korea, dan sebagainya.[[7]](#footnote-8)

1. **Jenis – jenis *Korean Wave***
2. *K – Pop*

Musik pop Korea dikenal dengan istilah *K – Pop.* Memasuki tahub 2000-an *K – Pop* mulai mendapatkan perhatian internasional yang lebih luas sebagai dampak *Korean Wave*. *K – Pop* itupun dapat didefinisikan sebgaai musik pop Korea yang dinyanyikan oleh artis Korea Selatan dan diterima secara positif oleh penggemar internasional. Lagu – lagu *K – Pop*  yang menjadi popular di seluruh dunia memiliki beberapa faktor – faktor yang membuat mereka unik dan mudah diingat. Salah satu bentuk yang paling umum dari fitur lagu *K – Pop* adalah paduan suara berulang –ulang dengan tarian grup yang disinkronisasi.

Musik pop Korea itu sendiri tidak terlepas dari pengaruh music barat namun diformulasikan kedalam penampilan khas Korea. Sebagai penyanyi pop Korea yang dikenal sebagai istilah idol, mereka telah menerima pelatihan selama bertahun – tahun dibawah agensi industri musik setelah melewati proses *trial and error* sehingga mereka dapat memberikan penampilan bakat yang berkualitas dan berkesan. *K – Pop* terus mendapatkan pengakuan di berbagai belahan dunia. Awal mula dikenalnya *K – Pop* saat kelompok musik *H.O.T* ataupun *Shinhwa* melakukan debutnya di China dan Jepang, hingga kini kelompok music pop semakin banyak bermunculan dan menjadi idola baru masyarakat internasional, sebut saja Big Bang, Super Junior, TVXQ, EXO, 2NE1, dan Grils Generation.

Dewasa ini, *K – Pop*  telah menjadi produk utama *Korean Wave*. *K – Pop* menjadi daya tarik utama dalam penyebaran *Korean Wave* karena orang asing mudah memahami bahwa “K” dalam frase *K – Pop* berarti merepresentasikan Korea. Ini menunjukkan *K – Pop* jauh lebih berguna dalam publikasi Korea untuk meningkatkan nilai *brand* dari barang – barang yang diekspor oleh Korea Selatan. Hal tersebut didasarkan pada hasil survey yang telah dilakukan oleh *Korean Tourism Organization* (KTO).

KTO melakukan survey  *online* tentang *Korean Wave* terhadap 12.085 orang asing dari 102 negara, 9.253 berasal dari Asia, dan 2.158 dari Eropa, 502 dari Amerika, 112 dari Afrika dan 60 orang dari Ocenia. *Voting* berlangsung pada tanggal 11 Mei 2011 hingga 31 Mei 2011 dan *voting* survei dilakukan melalui situs KTO, email layanan jaringan sosial seperti twitter dna facebook.[[8]](#footnote-9)

Mmeningkatkan kehadiran produser dan komponis global dalam musik *K – Pop*  menjadi juga salah satu faktor *K – Pop* dapat menerima perhatian serius dari audiens global. Selain itu, para penggermar *K – Pop* dari mancanegara semakin sering melakukan cover dance lagu *K – Pop* dan meng- *upload* video tersebut di youtube, sehingga membantu mempromosikan secara cepat penyebaran music *K – Pop*. Korea Selatan pun berhasil menyita perhatian dunia melalui *K – Pop*, pihak Google meluncurkan saluran youtube secara eksklusif untuk *K – Pop* serta halaman khusus  *K – Pop* juga telah dibuka di facebookuntuk menyampaikan berita tentang bintang pop Korea dan lagu baru mereka kepada para penggemar diseluruh dunia. Facebook adalah situs kedua pengguna-konten web global yang membuka halaman khusus *K – Pop* setelah Youtube.[[9]](#footnote-10)

Music *K – Pop* telah merambah popularitas di seluruh dunia namun hal tersebut tidak berarti bahwa musik pop korea kehilangan nilai dan karakter budaya Korea. Peningkatan popularitas *K – Pop* diseluruh dunia adalah bagian dari pertukaran budaya dalan konteks sejarah manusia. Sebagai alat pertukaran antara Timur dan Barat, *K – Pop*  tidak hanya milik Korea tetapi seluruh dunia. Penyebaran *K – Pop* mungkin menjadi bukti yang lebih efektif dalam mempromosikan *brand* Korea dan meningkatkan kunjungan wisatawan asing untuk berpariwisata ke Korea dari pada mengekspor barang dagangan.

1. *K – Drama*

Pada awal munculnya *Korean Wave*, serial drama televise Korea telah menjadi pilar utama dalam penyebaran *Korean Wave*. Krisis ekonomi Asia pada akhir 1990-an membawa sebuah situasi dimana pembeli Asia lebih menyukai program acara Korea yang lebih murah. Korea menawarkan harga drama televise lebih murah seperempat dari harga drama televise jepang dan seperseouluh dari harga drama televise Hong Kong di tahun 200. Bentuk *Korean Wave* di Indonesia diawalai setelah Indonesia yang melakukan liberalisasi media pada tahun 1990-an dengan masuknya penayangan serial drama Korea di stasiun TV Indosiar pada tahun 2002 yakni drama *Winter Sonata* yang langsung digemari oleh masyarakat lalu diikuti oleh drama *Endless Love.[[10]](#footnote-11)*

Serial drama Korea mengisahkan berbagai cerita tapi jenis cerita yang paling menonjol adalah kisah drama romantic dan historical. Drama Korea selalu mencerminkan kualitas produksi, karakter yang dijiwai dan skrip yang menarik. Drama Korea dirancang untuk berbagai kalangan penonton dan dipenuhi kisah dramatis yang dikemas secara menarik dan dianggap lebih memiliki emosional yang kuat. Serial drama Korea kerap menampilkan pakaian tradisional *hanbok* dan berbagai macam makanan tradisional serta sikap santunnya dalam menghormati orang yang lebih tua dalam kehidupan keseharian masyarakat Korea.

Tercatatat terdapat sekitar 50 judul drama Korea yang tayang di stasiun TV swasta Indonesia pada tahun 2011 dan terus meningkat setiap tahunnya.[[11]](#footnote-12) Dari sekian banyak stasiun televise di Indonesia Indosiar dikenal paling sering menayangkan program drama Korea.

Dengan demikian serial drama Korea menjadi bagian penting dalam promosi pariwisata Korea Selatan melihat begitu besarnya animo masyarakat yang ingin melihat langsung tempat – tempat yang menjadi tempat shooting drama Korea tersebut.

1. *K – Film*

Setelah sukses meraih kepopuleran melalui serial drama, bentuk *Korean Wave* lainnya pun mulai ikut menunjukan kualitasnya, yakni film. Film Korea sudah mulai menunjukan kualitas didunia perfilman internasional. Pada awalnya, film HongKong mendominasi film Asia di bioskop Indonesia. Namun seiring dengan semakin kuatnya ekspansi *Korean Wave¸*film produksi Korea Selatan pun mulai digemari.

Kepopuleran film Korea di Indonesia tidak lain karena pengaruh kegemaran penonton akan serial drama televise Korea. Film Korea pertama yang beredar sukses di pasaran adalah *Shiri* pada tahun 1999. Film *Shiri* dan *Taegukgi* juga diekspor ke berbagai negara di Asia termasuk Asia Tenggara. Film Korea juga memiliki kekhasan tersendiri yang sesuai dengan sifat masyarakat Asia sehingga mudah dipahami serta menggambarkan keadaan Korea itu sendiri, misalnya dalam film *Shiri* menggambarkan sikap Korea Selatan dalam mengendalikan isu sensitive hubungan inter-Korea. Kementerian Budaya, olahraga, dan pariwisata Korea Selatan menyatakan bahwa pada tahun 2012 tercatat 44.18 jt orang menonton film Korea yang merupakan jumlah tertinggi sejak 2006.[[12]](#footnote-13)

Dalam rangka untuk mempromosikan dan meningkatkan ekspor film Korea yang telah memperoleh pengakuan diseluruh dunia, MOFAT telah mendukung pemutaran film Korea di festival film internasional besar seperti *Berlin Internasional Film Festival, The Festival de Cannes dan Venice Festival Film.* Selain itu, MOFAT telah mendukung Festival film internasional yang diadakan di Korea seperti BIFF *(Busan Internasional Film Festival)* yang mendorong film luar negeri, sutradara, dan professional lain untuk berpartisipasi dalam festival tersebut. Upaya mempromosikan film korea saja tetapi juga mempromosikan negara Korea secara keseluruhan kepada masyarakat Internasional.[[13]](#footnote-14)

1. *K – Food*

Sejak jaman dahalu, orang Korea percaya bahwa penyebab orang bisa sehat maupun sakit itu berasal dari makanan yang mereka konsumsi dan bagaimana cara mereka mengolah makanan tersebut. Berikut beberapa makanan dan minuman yang sering disajikan di rumah orang Korea pada umumnya.[[14]](#footnote-15)

Orang Korea mempunya cara tersendiri untuk menyimpan makanannya dalam jangka waktu yang lama, yaitu dengan cara fermentasi. *Doenjang* (pasta kedelai), *ganjang* (saus kedelai), *gochujang* (pasta cabai), dan *jeotgal* (saus ikan), merupakan beberapa makanan yang diawetkan dengan cara fermentasi. Kemudian, saus dan pasta ini ditaruh di luar rumah (halaman) atau biasa disebut *Jangdokdae*. Saus ini kemudian difermentasi sekitar 2-3 bulan lamanya bahkan bertahun – tahun. Seperti wine, cenderung memiliki rasa yang lebih kaya ketika difermentasi lebih lama.

1. *Gochujang* adalah bumbu tradisional Korea yang terbuat dari fermentasi kedelai, garam, bubuk cabai, tepung beras, *barley*, tepung, dan *melted barley*
2. *Saeujeot* dibuat dengan cara mefermentasikan udang yang sudah diasinkan dan digunakan untuk menambahkan citra rasa suatu hidangan, termasuk *kimchi.*
3. *Jeotgal,* tidak jauh berbeda dengan *saeujeot,* hanya saja bahan – bahannya yang berbeda. *Jeotgal* mencampurkan, berbagai macam *seafood*, seperti ikan teri, udang, tiram, atau kerang.

*Tteok* adalah kue beras Korea yang terbuat dari tepung beras yang kemudian dikukus. Ada beberapa jenis *tteok* yang sering dibuat orang Korea, misalnya *baekseolgi* untuk perayaan ulang tahun pertama yang melambangkan panjang umur, *patsirutteok* yang dibuat setiap kali akan memulai bisnis baru, *tteokguk* pada saat perayaan Tahun Baru, dan *songpyeon* pada saat perayaan Chuseok, dan *tteokpokki* yang disajikan dengan kuah pedas sebagai *snack*.

*Kimchi* terbuat dari kubis yang diasinkan dengan pasta *kimchi* yang terbuat dari bubuk cabai, bawang putih, bawah daun, gingseng Korea, saus ikan, dan bahan lainnya seperti *seafood* segar. *Kimchi* biasanya dikonsumsi setelah difermentasi beberapa hari atau selama satu tahun penuh. Setiap wilayah memiliki ciri khas *kimchi*-nya sendiri. Misalnya Seoul yang terkenal dengan *gungjung kimchi* (*kimchi* yang biasanya dihidangkan untuk bangsawan), *bossam kimchi* (*kimchi* yang terbuat dari kacang – kacangan, bayi gurita, jamur, dan bahan lainnya yang kemudian dibungkus dengan daun selada), *chonggak kimchi* (*kimchi* lobak), dan *kkakdugi* (*kimchi* lobak yang dipotong dadu). Sedangkan, Provinsi Jeolla terkenal dengan *godeulppaegi kimchi* (*kimchi* yang terbuat dari selada), dan *gat kimchi* (*kimchi* yang terbat dari daun mustard).

*Deonjang Jiggae,* merupakan hidangan Korea yang disajikan dnegan cara direbus dengan bahan – bahan seperti daging, kerang – kerangan, sayuran, jamur, cabai, tahu, dan pasta kedelai.

*Bulgogi,* merupakan irisan daging sapi atau daging babi yang sudah di marinasi dengan *ganjang.*

*Bibimbap* adalah makanan yang terdiri dari nasi, sayuran, telur mata sapi, daging cincang mentah, *gochujang,* dan bahan lainnya yang kemudian dicampur menjadi satu. Hidangan ini biasanya disajikan diatas *hot bowl.*

*Juk* adalah bubur Korea yang terbuat dari beras, daging cincangm jamur *Pyogo,* dan kecap.

*Kongguksu* merupakan hidangan mie Korea yang sajikan dengna sup kedelai dingin. Sedangkan *jamchi guksu* biasanya disajikan pada saat acara pernikahan yang kuahnya terbuat dari rebusan kaldu ikan teri.

*Naengmyeon* merupakan hidangan mie dingin Korea yang disajikan dengan kuah kaldu sapi (*Pyeongyang Naengmyeon)* atau kuah pedas (*Hamheung Naengmyeon).*

*Hanjeongsik (Korean Set Menu)*, hidangan yang terdiri dari nasi, sup, dan beberapa lauk dalam satu piring. Jeonju dan Gwangju merupakan dua provinsi yang mengenalkan hidangan ini.

*Makgeolli* atau yang lebih dikenal dengan *mangju, takju,* atau, *dongdongju*, merupakan minuman beralkohol khas pedesaan Korea yang terbuat dari fermentasi beras, barley, dan gandum yang dicampur malt. Beberpa provinsi juga mempunyai ciri khas minuman alcohol sendiri. Seperti Seoul dengan *munbaeju* (terbuat dari pear liar) dan *songjeolju* (terbuat dari buah pinus), Gwangju di Provinsi Gyeonggi dengan *sanseong soju* (minuman alcohol yang tebuat dengan cara disuling), *hongju* (anggur merah), dan  *leegangju* (mirip dengan *sanseong soju*) di Provinsi Jeolla, *sogokju (red liquor),* di Hansan *insamju* (terbuat dari gingseng), di Geumsan *gyodong beopju* (anggur beras), dan *andong soju* (sama seperti *sanseong soju* dan *leegangju*), di Gyeongju, dan *okseonju* (sama seperti *sanseong soju, leegangju,* dan *andong soju)* di Hangcheon.

Minuman beralkohol yang terkenal lainnya adalah *soju* yang dibuat dari air dan ubi jalar atau biji – bijian yang sudah diekstrak.

1. *K – Fashion* dan *K - Style*

Sejak jaman dahulu, orang Korea telah belajar untuk menggunakan berbagai macam kain, seperti *sambe (hemp), mosi (rami),* katun, dan sutra sebagai pakaian mereka. pakaian ini di desain tidak hanya untuk menarik dilihat saja, tetapi untuk memberikan perlindungan dari 4 musim dan cuaca ekstrim bagi si pemakainya.

Mereka membuat pakaian musim dingin dengan menggunakan teknik mengisi diantara dua lapisan bahan (kain atau sutra) dengan material katun yang lembut dan menggunakan sambe serta mosi untuk pakaian musim panas. Pakaian ini kemudian menjadi ciri khas pakaian orang Korea yang sekarang kita kenal sebagai *hanbok*.[[15]](#footnote-16)

Sejarah mengungkapkan bahwa orang Korea zaman dahulu lebih memilih *hanbok* yang sederhana, yaitu berwarna putih. Namun, ada juga yang memakai *hanbok* dengan desain yang rumit dan berwarna – warni tergantung dengan status sosialnya. Sekarang, *hanbo* semakin dikenal di dunia akibar dari salah satu penayangan *K – Drama,* “Dae Jang Geum”. Orang Korea Selatan masa kini lebih memilih pakaian yang terinsipirasi dari Barat untuk kegiatan sehari – hari mereka dan menggunakan *hanbok* pada acara – acara tertentu saja.

Gangnam dan Dongdaemun yang terletak di Seoul merupakan distrik *fashion* yang terkenal di Korea Selatan. Gangnam sendiri merupakan distrik elit dengan fasilitas yang *high—end.* Beberapa festival *fashion* sering diadakan disini. Sedangkan Dongdaemun, merupakan distrik yang lebih mengembangkan *fashion* negara mereka sendiri dengan desain yang kreatif dan harga yang terjangkau bagi kaum muda disana. Kedua distrik ini juga menjadi destinasi pilihan oleh wisatawan asing yang ingin berburu *fashion item.*

Seiring dengan berkembangnya *K – Pop,* dan *K – Drama*, para pecinta *Korean Wave* mulai tertarik dengan *style* para actor dan aktris maupun *boy* dan *girlband* Korea. Berbicara mengenai *style* dan *fashion,* Korea Selatan termasuk salah satu negara yang memiliki kemampuan desain baju dan pernik aksesoris yang modis dikalangan pecinta mode. Mereka dapat mengkombinasikan warna – warna yang bertabrakan menjadi sebuah kombinasi warna baju yang tidak norak. Model – model baju yang dihasilkan oleh Negara tersebut selalu menarik baik dari model baju adat sampai model baju – baju terkini baik baju formal maupun informal. Cerdasnya, keanekaragaman model dan keindahan bentuk serta warna *fashion* Korea berhasil memberikan dorongan komsumtif kepada masyarakat global untuk ikut menjadikan bagian dari kehidupan.

Salah seorang penggemar gaya dan fashion Korea Selatan di Indonesia Dwi mengatakan, fashion Korea Selatan sangat pas dipakai dengan tubuh orang Asia karena mempunyai banyak warna terang serta pemakaiannya aneh tapi uni untuk dipakai. Style Korea Selatan itu terlihat simple tapi enak dilihat, dengan warna – warna yang soft dan terang dan kebanyakan bajunya pas untuk dipakai, jadi bisa cocok dipadu padankan dengan apa saja, membuat orang yang melihatnya pun menjadi tertarik.[[16]](#footnote-17)

Gaya rambut Korea pun menjadi hal yang penting dalam style artis Korea, gaya rambut mereka menjadi sumber inspirasi bagi para penggermarnya di seluruh dunia, berikut gaya rambut Korea yang banyak digemari:

1. Gaya Rambut Bergelombang Ikal dan Mengembang

Model rambut ini merupaka gaya yang abadi, dengan rambut yang panjang bergelombang serta ikal menggelombang menjadikan penampilan Nampak eksotis apalagi dnegan tampilan rambut yang digerai acak. Semenjak boomingnya drama Korea dan artis girl band Korea menjadikan gaya rambut ini semakin popular.

1. Gaya Rambut Bob Pendek

Salah satu personil Sistar memiliki gaya rambut bob pendek, gaya rambut bob pendek memang cocok untuk teksur rambut orang Asia. Dengan gayanya yang praktis dan kelihatan cantik untuk segala keadaan menjadikan gya rambut model ini menjadi tren di kalangan wanita.

1. Gaya Rambut Diikat

Gaya rambut di ikat tidak selalu tampil dengan gaya tradisional yang selalu diikat kebelakang, jika kita perhatikan tampilan para artis Korea ini, ada yang mengikat rambutnya dengan gaya bebas. Tampilan yang casual bisa didapat dengan gaya rambut ini.

1. Gaya Bando

Dengan menambahkan bando-bando dengan aksen yanf lucu dan besar akan membuat penampilan kita lebih fresh. Perhatikan padanan pakaian kita saat mengenakan bando, agar tidak nampak terlalu norak, gunakan bando dnegan warna yang senada dengan pakaian. Dengan tambahan bando menjadikan pakaian yang simpke nampak lebih menarik.

1. Pewarnaan Rambut

Trend pewarnaan rambut para artis Korea menjadi booming saat ini dikalangan *hair style* dunia, tak khayal para penggemar Korea mulai mengikuti mewarnai rambut mereka agar terlihat lebih keren layaknya para artis Korea.

Selain fashion dan gaya rambut, make – up juga menjadi hal yang penting bagi style artis Korea. Gaya make – up Korea memiliki ciri khas memoles wajah untuk membuat wajah terlihat *flawless* seperti boneka porselen. Kecantikan kulit wanita Korea yang terlihat putih alami menjadi keuntungan tersendiri, dengan kulit yang putih kreatifitas make – up dapat lebih dikembangkan dan hasil make up pun terlihat lebih sempurna.[[17]](#footnote-18)

1. ***Korean Wave* sebagai Budaya Global**
2. *Korean Wave* sebagai *pop culture* dunia

Korea Selatan yang pada satu dasawarsa lalu tidak berpengaruh dalam bidang industri budaya popuer dan bahkan berposisi marginal dalam bidang tersebut, kini telah berhasil menjadi salah satu negara cultural exporter di Asia. Korea Selatan telah menjadi sebuah negara dengan industri budaya yang kuat, mampu mengekspor produk – produk budaya populernya ke luar negeri dan menyebabkan pengaruh kultural.

Penyebaran budaya pop Korea yang begitu pesat merupakan andil besar dari para pemegang modal dan pemerintah Korea Selatan. Para pemegang modal membiayai produksi misal tayangan hiburan Korea dan memudahkan dalam penyebar luasannya. Sementara pemerintah sendiri mendukung dengan pemberian bantuan modal bagi produksi tayangan tersebut. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan ideology Korea melalui tayangan hiburan agar Korea dapat dengan mudah diterima di mata dunia.

*Global pop culture* (film,musik, pakaian dan sebagainya) mengusung nilai – nilai ideologi dari negara asalnya yang mungkin saja jauh berbeda dari negara yang terkena imbas budaya pop.

Perkembangan indusrti budaya pop di Korea yang sangat pesat belasan tahun terakhir ini telah memperlihatkan tahun – tahun kebangkitan film Korea dengan dugunkannya pendekatan dalam memproduksi film, yaitu lebih menonjolkan tema individualism (yang merupakan kecenderungan masyarakat Korea sekarang), kreativitas, dan kebebasan berekspresi.

Saat ini *Korean Wave* telah menjadi budaya pop dunia, selain menjadi pusat perhatian dunia *Korean Wave* juga menjadi kiblat bagi negara – negara di dunia dalam industri hiburannya.

1. Globalisasi *Korean Wave*

Saat ini *Korean Wave* semakin dikenal oleh negara – negara di dunia, dari mulai Asia, Eropa dan sampai Amerika. *Korean Wave* membawa pengaruh tersendiri bagi negara – negara dunia, mulai dari menyukai hingga akhirnya menggandrungi, sehingga membuat *Korean Wave* mengglobal saat ini.

Pada tahun 2000 kebudayaan Korea Selatan mulai berkembang dan dikenal di Asia, kebudayaan Korea ini dikenal dnegan sebutan *Korean Wave* atau *Hallyu. Korean Wave* masuk ke Asia melalui drama Korea dan musik Korea yang ternyata banyak disukai oleh masyarakat asia. Tahun 2011 merupakan puncak popularitas *Hallyu,* masyarakat Asia begitu suka dengan idola – idola dari Korea Selatan tersebut sehingga mereka mulai akrab dengan nama tokoh dalam drama yang unik, meengenal kimchi dan menyanyikan lagu – lagu dengan bahasa Korea yang fasih dari idola mereka.

Dengan sajian drama televise yang unik dan dirasa baru dikalangan masyarakat Asia, kemudian rasa keingin tahuan msyarakat semakin meningkat. Permintaan akan drama Korea semakin banyak di berbagai negara di Asia, oleh karena itu produksi juga semakin ditingkatkan. Melalui drama ini juga masyarakat kenal dan tahu aktor dan aktris yang berperan didalamnya. Drama Korea dirasakan sebagai hal yang unik dan baru, sehingga rasa ketertarikan dan keingin tahuan semakin bertambah, ditambah juga dengan para actor dan artisnya yang rupawan.

Pada tahun 2005 *Korean Wave* semakin menggila dengan hadirnya *boyband* dan *girlband* Korea. Mereka bernyanti dengan menggunakan koreografi yang unik dan diiringi alunan musik pop yang energik. Masyarakat disuguhkan dengan suatu yang unik dan baru, saat itu Jepang juga punya *J –* *Pop* dan *boyband* atau *girlband*  tapi itu dirasa kurang menarik bagi sebagian besar masyarakat karena style merka yang terlalu sulit untuk diikuti ataupun ditiru yaitu dengan *Harajuku style*, sedangkan *K – Pop* menyajikan sesuatu yang simple dengan kemasan kostum yang ringan juga. Maka, tidak heran ledakan *Korean Wave* pada tahun 2011 dirasakan sangat membawa dampak bagi masyarakat global. Bahkan melalaui kebudayaan inilah masyarakat global juga mulai diakrabkan dengan produk – produk dari Korea seperti Samsung dan LG yang sedikit demi sedikit mengambil tempat di hati para konsumen dunia. *Style* berpakaian Korea pun menjadi tren di Asia. Budaya Korea ini muncul secara tiba – tiba dan kemudian sedikit demi sedikit mulai mengambil hati masyrakat di Asia.

Pada tahun 2009 *Korean Wave* mulai menyebar ke luar Asia, Amerika Eropa, hingga pada tahun 2011 *Korean Wave*  benar – benar telah mengglobal ke seluruh dunia. Pada akhir 2011, jumlah total tampilan di Youtube yang dihasilkan oleh video *K –Pop* telah melampaui tanda 1 miliar, tiga kali lipat dari 800 juta pada tahun sebelumnya menjadi lebih dari 2,3 miliar sementara didorong oleh pertumbuhan yang sangat besar di Eropa dan Timur Tengah. Globalisasi *Korean Wave* didampingi oleh peristiwa berikut :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tahun** | **Peristiwa** | **Keterangan** |
| 2011 | SM Town Live di Paris, Perancis. | Konser *K – Pop* skala besar pertama dihadiri oleh fans dari seluruh Eropa. |
| 2011 | MTV Europe Music Award di Belfast, Irlandia. | Penghargaan musik Eropa pertama yang dimenangkan oleh artis Korea yaitu Big Bang. |
| 2012 | Pidato 2012 Barack Obama di Hankuk University of Foreign Studies pada 26 Maret. | Presiden Amerika Serikat menyebutkan tentang *Korean Wave* di pidatonya. |
| 2012 | Pidato 2012 Ban Ki-Moon di Majelis Nasional Korea Selatan pada 30 Oktober. | Sekertaris Jendral Perserikatan Bangsa – Bangsa menyebutkan tentang *Korean Wave* di pidatonya. |
| 2013 | Keberhasilan PSY “Gangnam Style” | Rekaman tunggal artis Korea Selatan yang menjual 1 juta kopi di Inggris. |
| 2013 | The 5th Super Show tur konser di Boenos Aires, Sandiago, Sao Paulo dalam lima skala besar. | Tur konser pertama *K – Pop* yang diadakan dibenua Amerika Serikat. |

**Tabel. 2**

Sumber: <http://en.wikipedia.org/wiki/Korean_wave>

Budaya Korea menyebar dengan cara yang sederhana, tetapi dikelola dengan serius. Budaya Korea telah dikenal dan mengglobal di dunia. Korea telah membuktikan kesuksesan menyebarkan budayanya ke negeri lain dengan cara yang tidak membosankan. Ketertarikan penonton drama terhadap budaya Korea berpengaruh terhadap kemajuan budaya. Korea meracik dengan jitu budaya dengan drama popular hingga mampu mendorong kemajuan negaranya. Korea mampu membuat tingkat kunjungan wisata naik, meningkatkan penjualan produk buatan Korea, membuat anak – anak muda sampai yang ibu – ibu pun tergila – gila dengan *style fashion* ala Korea, dan meningkatkan minat belajar kebudayaan dan bahasa Korea, dengan cara yang menarik, melalui drama, sampai akhirnya mengglobalnya *Korean Wavei* di dunia.

1. ***Korean Wave* Melalui Korean Tourism Organization (KTO)**

KTO merupakan organisasi yang didirikan berdasarkan undang – undang Korea Selatan dan memiliki tugas untuk mempromosikan industri pariwisata Korea. Organisasi yang didirikan pada tahun 1962 sebagai sebuah perusahaan investasi pemerintah yang bertanggung jawab terhadap industri pariwisata Korea berdasarkan *Internasional Tourism Corporation Act.* Selain itu organisasi ini juga dijalankan berdasarkan kebijakan atau aturan pemerintah, yaitu *Tourism Promotion Law* yang dikeluarkan pada tahun 1961. Pada awalnnya, organisasi ini hanya focus untuk mempromosikan Korea sebagai salah satu negara tujuan utuk berwisata masyarakat asing. Akan tetapi, dimulai pada tahun 1980-an, mempromosikan pariwisata domestik menjadi salah satu tugas dari KTO. Visi dari organisasi ini adalah untuk membuat paradigm baru dalam industry pariwisata, dan menjadikan Korea sebagai temoat yang selalu diingat untuk kembali lagi.

Pada intinya, organisasi ini dibentuk untuk mengembangkan urusan budaya dan juga pariwisata melalui aktivitas promosi dalam menarik wisatawan, melakukan penelitian dan pengembangan tekhnologi pariwisarta untuk memelihara industri pariwisata sebagai sebuah alat dari pertumbuhan ekonomi, melalui kerjasama dengan pemerintah lokal dan industri budaya lainnya, dan pengembangan penginapan dan konsultasi. Sejak 2005, dengan masuknya *Korean Wave* sebafai bagian diplomasi publik Korea Selatan berdasarkan kebijakan luar negeri Korea selatan pada tahun 2005 dan tahun – tahun selanjutnya dalam 2006 *Korean Diplomatic White Paper.* KTO sebagai salah satu organisasi yang bertanggung jawab dalam bidang pariwisata juga menggunakan *Korean Wave* yang dilibatkan dalam program – programnya yang direncanakan dan dijalankan setiap tahunnya. Dibawah ini adalah penjelasan mengenai program – program pariwisata Korea Selatan sejak tahun 2005 – 2010 dan beberapa penjelasan mengenai acara – acara dalam program tahunan tersebut, serta posisi *Korean Wave* dalam program tahunan tersebut yang di jelaskan dalam *Visit Gyeonggi-Korea 2005, Visit Jeju Year 2006, Visiti Gyeingbuk-Korea 2007, Visit Gwangju Jeonnam Korea Year 2008, Visit Incheon 2009,* dan *Visit Korea Year 2010-2012*.

1. Visit Gyeonggi-Korea 2005: *Center of Korean Wave*

Pada tahun 2005, KTO meresmikan tahun 2005 tersebut sebagai *“Visit Gyeonggi-Korea Year 2005”*. Sebagai salah satu provinsi di Korea, Gyeonggi memiliki banyak objek parwisata, dan memiliki nilai sejarah yang penting bagi Korea. Hal ini merupakan salah satu alasan yang mendorong KTO untuk menjadikan tahun 2005 tersebut sebagai *“Visit Gyeonggi-Korea Year 2005”*. Selain itu, lebih dari setengah dari total jumlah penduduk Korea tinggal di provinsi tersebut, dan setidaknya sekitar lima juta wisatawan mendatangi provinsi ini melalui bandara Incheon yang memang berapa di provinsi ini.

Salah satu tujuan program ini adalh untuk menentukan identitas pariwisata provinsi Gyeonggi dan sebagai sebuah batu loncatan untuk ekspansi industri. Program *Visit Gyeonggi-Korea 2005* ini menggunakan tema *“Gyeonggi Privince, the Heart of Korea – Visit Gyeonggi Province and Taste Korea at a Glance”.* Berbagai acara dibuat dalam rangka menarik wisatawan asing ke Korea, seperti mengunjungi DMZ gratis, serta berbagai jenis festival seperti *Puchon Internasional Fantastic Film Festival, World Ceramic Biennale Festival,* dan *World Peace Festival*. Selain untuk memperlihatkan kebudayaan tradisional Korea malalui bangunan – bangunan sejarah yang bertempat di kawasan ini, kawasan Gyeonggi juga merupakan kawasan yang sering digunakan sebagai lokasi pengambilan gambar drama – drama Korea, seperti *Dae Jang-geum, My Sassy Girk, King and the Clown. Hwangseong Fortress* yang merupakan salah satu tempat sejarah kerajaan Korea merupakan tempat pengambilan gambar *Dae Jang-geu,* yang merupakan drama Korea yang sangat popular di negara – negara lainnya.[[18]](#footnote-19) Melalui program *Visit Gyeonggi-Korea 2005* ini pemerintah berupaya untuk mendorong dan memperkenalkan tempat – tempat sejarah Korea melalui kepopuleran budaya pop Korea, yaitu *Korean Wave* dengan mendorong objek – objek wisata tersebut sebagai objek utama dalam berjalannya program tersebut.

Dalam program *Visit Gyeonggi-Korea 2005* Jung Jun-Ho salah satu artis Korea dipilih sebagai duta perwakilan masyarakat program tersebut. Jung Jun-Ho merupakan salah satu selebriti terkenal dalam *Korean Wave* yang mewakili industri perfilman Korea di Jepang.[[19]](#footnote-20) Ia menjadi duta kedua program tersebut setelah Park Ji-Eun (pemain olahraga *golf*) yang diresmikan pada tanggal 2005. Jung Jun-Ho merupakan salah satu selebriti yang terkenal di Jepang melalui filmnya *Honor of the Family* yang ditayangkan di Jepang. Salah satu kegiatan yang diikuti oleh Jung Jun-Ho dalam mendukung berjalannya program ini adalah berpartisipasi dalam acara *Goyang Marathon* yang diadakan di kota Goyang, provinsi Gyeonggi ini pada tanggal 29 Mei 2005.[[20]](#footnote-21) Acara *Goyang Marathon* merupakan bagian dari pemerintah Gyeonggi dalam mempromosikan pendirian *Hallyuwood* di kota tersebut. Pendirian *Hallyuwood* ini bertujuan untuk mengumpulkan berbagai macam budaya popular dan jenis pariwisata lainnya yang tersebar di seluruh provinsi Gyeonggi dalam satu poros, yaitu *Hallyu* atau *Korean Wave*. Tempat ini menyediakan berbagai macam fasilitas, seperti fasilitas untuk merasakan dan mengalami pengalaman mengenai *Korean Wave* yaitu *Hallyu boulevard, star village*, permainan dunia *Hallyu*, dan berbagai macam acara lainnya. Taman bermain ini juga dilengkapai dengan fasilitas – fasilitas pendukung *Korean Wave,* seperti lokasi pengambilan gambar bagi drama – drama Korea dan juga akademii *Hallyu*. Selain itu, tentu saja juga dilengkapi dengan berbagai macam fasilitas pariwisata, seperti penginapan, hotel, tempat makan, dan sebagainya.[[21]](#footnote-22)

1. Visit Jeju Year 2006: Hawai of Korea

Setelah selesainya program *Visit Gyeonggi-Korea* 2005, tahun 2006 dicanangkan sebagai *Visit Jeju Year.* Jeju merupakan pulau yang terletak di daerah selatan Korea, dan membutuhkan waktu sekitar satu jam menggunakan pesawat untuk pergi ke pulau tersebut dari kota Seoul, Busan, dan Gwangju. Pulau ini juga disebut sebagai “*Honeymoon Island of Korea”.* Berbagai macam acara diadakan pada tahun tersebut seperti *Jeju Cherry Blossom Festival, Jeju-s Royal Azaleas,* acara pembuatan Kimchi yang merupakan makanan tradisional Korea, *Jungmin Beach Festival, Samyang Black Sand Festival,* dan acara yang bertemakan *Korean Wave* yang diadakan pada bulan Oktober dengan mengadakan konser yang bertajuk *“Korean Stars”*.[[22]](#footnote-23)KTO mengadakan sesi tandatangan untuk para penggemar artis – artis *Korean Wave* terhadap para artisnya yaitu dalam acara *Korea-China-Japan Korea Fever Festival.*

Persmian program *Visit Jeju Year 2006* ini dilaksanakan pada 10 Januari. Acara peresmian ini juga melibatkan 20 penyanyi Korea untuk memeriahkan acara tesebut. Selain itu, Go Du-Shim artis Korea dan 3 orang hiburaner lainnya dipilih sebagai perwakilan untuk memperkenalkan dan mempromosikan program tersebut.

*Hallyu Expo* ini merupakan sebuah pameran internasional bintang – bintang *Halltu,* acara – acara televise dan film dan merupakan acara internasional pertama dan terpanjang terkait dengan *Korean Wave.* Acara ini mulai dilaksanakan pada tanggal 29 November 2006 dan akan terus berlanjut sampai tanggal 10 Maret 2007, di Jeju Convention Center, Pulau Jeju.[[23]](#footnote-24)

Selain itu, acara ini juga akan meliputi segala hal yang berhubungan dengan drama, film, musik, permainan, dan juga selebriti yang telah memberikan kontribusi dalam *Korean Wave*. Acara ini akan memperlihatkan sejarah perkembangan budaya popular Korea sejak pertama dimulai, dan juga prospek *Korean Wave* kedepannya. Dalam acara ini juga terdapat konser – konser para penyanyi Korea dan pertemuan penggemar dengan artis Korea.

Bae Yong-Jun, yang merupakan salah satu artis Korea yang terkenal dengan dramanya *Winter Sonata* dipilih sebagai perwakilan dalam acara tersebut.[[24]](#footnote-25) Bae Yong-Jun merupakan salah satu artis Korea yang sangat berpengaruh dalam perkembangan *Korean Wave.[[25]](#footnote-26)* Selain Bae Yong-Jun, beberapa selebriti lainnya ikut berperan dalam acara ini seperti, Chae Yeon, SG Wannabe, Lee Jeong-Hyun, Super Junior, DBSK, dan juga artis – artis lainnya. Seven, salah satu penyanyi Korea yang saat itu baru akan memulai karirnya dalam bidang perfilman juga dilibatkan dalam pertemuan dengan para penggemar dalam sesi acara *“se7lution in The World”* pada tanggal 21 Januari, Lee Jun-Ki salah satu artis popular di Korea pun juga mengadakan sesi pertemuan dengan penggemarnya dengan tema *“BISANG”* pada tanggal 27 Januari. Sesi pertemuan dengan para penggemarnya ini menjadi acara yang terus diadakan selama program tersebut berlangsung dengan tema dan selebriti yang berbeda disesuaikan dengan tema[[26]](#footnote-27)

1. Visit Gyeongbuk-Korea 2007

Pada tahun 2007, KTO meresmikan tahun tersebut sebagai *Visit Gyeongbuk-Korea 2007* sebagai salah satu program pariwisata dalam mempromosikan sejarah Korea. Melalui program ini, KTO juga mengadakan berbagai acara seperti festival, perayaan, dan juga pameran budaya dunia.[[27]](#footnote-28) Daerah Gyongbuk disebut juga dengan Gyeongsangbuk ini pada dasarnya mudah diakses melalui ibukota Korea, Seoul. Gyeongbuk terletak di wilayah tenggara Korea dan merupakan pusat daerah dari sejumlah atraksi budaya kuno, serta beberapa diantaranya telah diresmikan sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO. Budaya kuno yang terdapat didaerah ini juga merupakan warisan budaya dari Dinast Silla, Kerajaan Misterius Gaya dan juga budaya Dinasti Jeseon.

Selama sepanjang tahun tersebut, berbagai acara dan pertunjukan dipersiapkan oleh Korea dengan tema yang berbeda, tetapi menyoroti dan focus terhadap berbagai era Korea. Pertunjukan – pertunjukan tersebut seperti diantaranya, pertujukan mengenai perjalan Dinasti Silla, pertunjukan music dan tari tradisional di teater terbuka di penginapan Bomun, pertunjukan tari topeng Hanhoe di Andong, dan sebagainya. Selain itu KTO juga menyiapkan program *temple stay* bagi para wisatawan yang berkeinginan untuk mengetahui lebih dalam mengenai budaya Korea.[[28]](#footnote-29) KTO juga menyiapkan berbagai acara lain seperti, festival tari topeng, memperkenalkan minuman keras khas Korea, festival kue dan festival lain yang berhubungan dengan budaya tradisi masyarakat, budaya, dan juga pertanian Korea. Selama bulan Agustus – Oktober menjadi acara puncak dalam program *Visit Gyeongbuk Korea* ini. Dimana, dalam periode 3 bulan ini, KTO mengadakan pameran budaya internasional Gyeongju. Acara ini terdiri dari beberapa hal seperti, pertunjukan dan pameran makanan, mode pakaian, film, seminar, dan juga kebudayaan remaja internasional.

Pada program *Visit Gyeongbuk-Korea 2007* ini, Ryu Siwon salah satu selebritis Korea yang berasal dari daerah tersebut diresmikan sebagai perwakilan ataupun duta dalam mempromosikan program *Visit gyeongbuk-Korea 2007* tersebut. Ryu Siwon sendiri berasal dari Andong yang merupakan salah satu kota dari provinsi tersebut. Di Andong sendiri, terdapat *Damyunjae,* sebuah rumah tua bersejarah yang memang merupakan rumah keluarga Siwon sendiri. Dan rumah tua inipun menjadi semakin terkenal semenjak Ratu Elizabet II, Ratu Inggris berkunjung pada tahun 1999.

Selain itu pada tanggal 27 Okrober tahun tersebut diadakan konser salah satu penyanyi Korea yang juga merupakan pemimpin dalam *Korean Wave*, yaitu Rain. Konser tersebut bertujuan sebagai ajang promosi program *Visit Gyeongbuk-Korea 2007* sekaligus merayakan ditetapkannya Daegu sebagai penyelenggara *International Association of Athletics Federeation* (IAAF) World Championship pada tahun 2011. *Gyeongju World Culture Expo* menjadi ajang dalam program *Visit Gyeongbuk-Korea 2007* ini, yang diadakan pada bulan Agustus – Oktober. Kota ini merupakan pusat sejarah dari kerajaan Silla yang memimpin hampir keseluruhan Korea pada abad 7 sampai 9. *Gyeongju World Culture Expo* ini terdiri dari beberapa acara, seperti *Multimedia Show; Millenium Light,* pemutaran Film Korea; *Mud Warrior dan Cha – Cha, World Stage Art Fesstivel, World B-Boy Festival, International Childern’s Play, World Fox Nanjang Festival, Digital Animational History of Three Kingdom, Character Fantasy World, Silla Royal Forest LOHAS Festival, Gyeongju Strees Events*, dan acara pembukaan dan penutupan.[[29]](#footnote-30)

1. Visit Gwangju Jeonnam Korea Year 2008: *Promote Korean traditional Culture*

Pada tahun 2008 KTO meresmikan program *Visit Gwangju Jeonnam Korea* sebagai program lanjutan dari program – program yang telah diadakan ditahun – tahun sebelumnya. Provinsi Jeonnam ini merupakan provinsi yang kaya akan adat dan tradisi rakyat Korea Selatan. Gwangju merupakan ibukota provinsi Jeonnam, dan provinsi ini terletak di bagian barat daya Korea tepat di ujung selatan bersebrangan dengan Pulau Jeju.[[30]](#footnote-31) Wilayah Jeonnam ini terkenal akan praktik – praktik budaya yang tetap dirawat dan dilestarikan, perkebunan tehnya yang hijau dan subur, festival Kimchi yang diadakan setiap bulan November, dan juga makanan khas wilayah serta makanan lautnya yang segar diakarenakan wilayah ini langsung berbatasan dengan Laut Kuning. Selain itu, wilayah ini juga terkenal dengan pemandangan alam yang indah dengan terdapat gunung tertinggi kedua di Korea dan taman nasional. Gwangju sendiri juga terkenal dan merupakan awal dari kelahiran kebudayan – kebudayan dan pertunjukan – pertunjukan seni Korea.[[31]](#footnote-32) Oleh karena itu, program *2008 Visit Gwangju Jeonnam Korea* menjadi ajang untuk memperkenalkan keunikan wilayah tersebut ke masyarkat luas. Selain itu, pada tahun 2002 Gwangju merupakan kota yang menjadi tuan rumah acara olahraga Piala Dunia. Dimana, acara tersebut diadakan di *Gwangju World Cup Stadium* yang terletak di kota tersebut.

Seperti tahun – tahun sebelumnya, berbagai macam festival dan acara dilaksanakan selama berjalannya program tersebut. Salah satunya adalah *Yeongdeong “Moses ‘Miracle” Festival* yang diadakan pada bulan Mei.[[32]](#footnote-33) Pada bulan Juli akan menjadi *Muan White Lotus Festival*.[[33]](#footnote-34)lalu, juga diadakan *Food Culture Festival,* pada tanggal 9 sampai 13 Oktober 2008. Pada bulan November, festival lain juga diadaka, yaitu *Gwangju Kimchi Festival.[[34]](#footnote-35)* Selain itu ada juga *Gwangju Biannale* mulai dibuka pada tanggal 5 oktober 2008, yang merupakan sebuah pameran berskala global dan pelopor dalam seni kontemporer. Pameran ini merupakan dampak dan hasil dari pergerakan demokrasi yang terjadi di Korea pada tahun 1980-an.[[35]](#footnote-36)

1. 2009 Visit Incheon Year: Incheon Sebagai Zona Ekonomi dan Tekhnologi

Pada tahun 2009, pemerintah Korea meresmikan program *2009: Visit Incheon Year* sebagai program pariwisata seperti tahun – tahun sebelumnya.[[36]](#footnote-37) Incheon merupakan salah satu kota metropolitan dan merupajan pelabuhan utama dipesisi barat Korea. Bandar Udara Internasional juga bertempat di kota ini. Selain itu, Incheon juga menjadi tuan rumah dari Piala Dunia FIFA yang diadakan pada tahun 2002, dan juga merupakan salah satu kota penting dalam bidang ekonomi. Program ini sendiri telah mulai diperkenalkan dan dipromosikan sejak Oktober 2008, dan dilakukan dibeberapa provinsi dan kota utama seperti, Chincheon, Busan, Gwangju, Daejon, dan Seoul. Pemertintah Incheon juga bekerjasama dengan para seniman Korea dan juga industry pariwisata lainnya dalam mempromosikan program tersebut.

Selain mempromosikan kepada masyarakat dalam negeri, pemerintah lokal Incheon juga mempromosikan program *2009: Visit Incheon Year* ke negara lainnya. Pada tahun 2009 ini pemerintah Incheon menyiapkan berbagai pertunjukan, festival, dan acara lainnya demi mendorong berjalannya program tersebut dengan baik. Pada bulan Januari, pemerintah mengadakan *Sunrise Celebration* di Pulau Palmi Incheon yang tepay diadakan pada tanggal 1 Januari setelah tahun baru. Perayaan ini juga akan bersamaan dengan pembukaan *Lighthouse Museum* salah satu rumah yang merupakan peninggalan dari masa perang tersebut.[[37]](#footnote-38) *Palmi Lighthouse* tersebut juga merupakan salah satu tempat pengambilan gambar salah satu drama Korea yang terkenal, yaitu *Boys Before Flowers*. Pihak KTO mengatakan, bahwa lokasi film dan pengambilan gambar menjadi salah satu cara dalam mepromosikan dan memberitahukan informasi terhadap masyarakat luas mengenai Incheon.

Pada bulan Januari 2009 ini pemerintah Incheon juga mengadakan perayaan di Pegunungan Mani, Pulau Gangwha untuk meresmikan *Visit Incheon Year* pada tanggal 16 Januari. Perayaan tersebut diadakan di *Samsan World Gymnastic Complex*, Incheon dnegan dimeriahkan oleh penyanyi – penyanyi terkenal Korea. Pemerintah juga mengadakan festival lainnya seperti,  *Mania Grand Festival, Incheon Grand Flower Festival, Incheon Grand Sale, Incheon International Beer Festival,* dengan  *Incheon Food Culture Festival* dan *Incheon-China Day*, serta *World City Expo 2009*.[[38]](#footnote-39) Pada bulan Oktober, terdapat *Incheon* *Soraepogu Inlet Festival, Incheon Internastional Crown Mimem Festival* dan *Incheon International Fireworks Festival* dan juga *Chinatown Festival,* serta  *Woelmido Culture Festival* dan sebagainya.

KTO juga menyiapkan acara *Pentaport Rock festival* yang melibatkan 50 grup musik yang berasal baik dari Korea dan juga dari luar Korea untuk berpartisipasi. Acara ini menjadi acara yang cuku besar dalam program *Visit Incheon Year* tersebut.[[39]](#footnote-40) Acara ini diikuti oleh lebih dari 60 band dan selebriti film Korea, Ryu Seong-Beom menjadi pembawa acara dalam acara tersebut. Acara ini juga dimeriahkan oleh artis –artis, dan penyanyi dari luar negeri seperti, The Desftones, The Champion of hardcore rap dan Eskimo Joe, Lenka yang berasal dari Australia, dan sebagainya. Acara ini juga dimeriahkan oleh pemusik dari Korea seperti No Brain, Cocore, Guckkaste, Lolo’s Mon Shiners, Black Skirts, dan juga Galaxy Express yang juga telah memiliki banyak penggemar. Acara ini juga menjadi acara internasional, dikarenakan dilibatkannya para penyanyi yang berasal dari luar Korea. Acara *Pentaport Rock Festival* pada dasarnya menjadi acara yang cukup besar dalam tahun tersebut dan berhasil menarik minat para penonton dan penikmat music sealama 3 hari berturut – turut.

Acara *Incheon Pentaport Festival* tersebut juga diadakan bersamaan dengan acara festival lainnya dengan tema acara yang sama. Acara tersebut adalah *Jisan Valley Festival Rock 2009* yang diadakan pada tanggal yang sama dengan acara *Incheon Pentaport Festival.* Acara ini juga diikuti oleh penyanyi – penyanyi yang tidak hanya berasal dari dalam Korea saja, tetapi juga berasal dari luar Korea, seperti Oasis, Patti Smith, band pop-punk Fall Out Boys, band Jimmy Eat World, seorang penyanyi dan juga penulis lagu Korea Amerika Pricilla Ahn, dan sebagainya. Korea, dalam hal ini juga diwakilkan dengan penampilan – penampilan dari band – band indie, seperti Onnie Iblagwan, Yohzo, Lee han-choul dan juga Vodka Rain. Akan tetapi, terdapat perbedaan acara ini dengan *Incheon Pentaport Festival.* Dimana acara ini menggunakan tema penghijauan dengan menggunakan berbagai perlengkapan acara yang dapat diperbarui ataupun didaur ulang. Pengadaan kedua acara yang diadakan dalam program *Visit Incheon Year* ini menjadi acara yang diadakan untuk memeriahkan musim panas di tahun tersebut. Selain itu, dengan mengadakan acara ini pemerintah Korea juga bertujuan untuk menarik wisatawan dengan diundangnya penyanyi – penyanyi yang tidak hanya berasal dari Korea saja, tetai juga dari negara – negara lain yang tentu saja menggunakan bahasa internasional dalam lagu – lagunya yang akan mempermudah para pengunjung dan penonton yang dating ke acara tersebut untuk lebih mengerti pertunjukannya.

KTO dalam tahun 2009 ini juga mengadakan acara besar lain yakni, *Global Fait & estival 2009.* Acara ini merupakan acara besar yang telah dipersiapkan bahkan sebelum program tersebut berjalan.acara ini dimulai pada 7 agustus dan terus berjalan selama 80 hari sampai dengan Oktober dibeberapa lokasi di Incheon, seperti *the Songdo International City Third Contraction Site,* dalam acara ini adalah pameran, konferensi internasional, dan juga berbagai macam festival. *World Culture Street festival* menjadi sebuah acara yang menyenangkan ditengah – tengah bisnis dan pengembangan kota yang diikuti oleh para wisatawan untuk mengetahu perbedaan sejarah dan budaya dikota tersebut. Dalam acara ini, panitia juga menyiapkan acara *Understand Korean Culture* dengan tinggal bersama dengan keluarga Korea bagi para wisatawan yang berkeingininan secara lebih lanjut untuk mempelajari kebudayaan Korea.[[40]](#footnote-41)

Pada dasarnya, tujuan dari acara ini adalah untuk memperlihatkan perkembangan dan juga prestasi kota Incheon. Dimana, kota ini berusaha sebagai kota dengan ekonomi global pada tahun 2020, acara ini diadakan untuk menunjukan perkembangan di area ekonomi bebas di kota ini, yaitu di Sondo, Yeongjon, dan Cheongna dan rencana pembangunan *urban area* dengan menggunakan teknologi yang mutakhir, hemat energy, dan ramah lingkungan. Dengan menggambungkan konsep edukasi dan acara yang menyenangkan, acara *Global Fair & Festival* ini menjadikan acara yang memiliki target terhadap para generasi muda untuk hidup mereka dimasa yang akan dating. Salah satu acara lain yang juga merupakan bagian dari *Global Fair & Festival*  ini adalah acara festival B-Boy yang merupaan sebuah acra kompotesi tari B-Boy yang diadakan pada tanggal 25-27 September 2009 dan diikuti oleh 15 negara lainnya.[[41]](#footnote-42)

Berbeda dengan tahun – tahun sebelumnya, dimana pemertintah lokal lebih menggunakan selebriti Korea sebagai dduta dari program – program yang dijanjalankan, ditahun *Visit Incheon Year* ini pemerintah Incheon benar – benar menggunakan selebriti dalam sebuah program yang melibatkan masyarakat – masyarakat internasional. Hal ini dijalankan melalui acara *Hallyu Stars Promote the Spirit of Korea in an Exciting Online festival: netizensfrom China, Japan, Singapore, and Taiwan vote their favorite Hallyu Star.* Dimana acara ini diresmikan pada tanggal 7 Juli 2009 oleh KTO dengan bekerjasama dengan salah satu website internasional Yahoo.com. selebriti-selebriti Korea menjalankan perannya dengan mempromosikan 100 atraksi utama di Korea melalui website tersebut (<http://kr.promotion.yahoo.com/korea100sparkles>). Melaui website tersebut, selebriti – selebriti Krea yang terkenal melalui drama–drama dan film–film Korea dan merupakan bagiaan dari *Korean Wave* menjelaskan mengenai makanan kesukaan mereka, atraksi –atraksi yang terkenal di Korea dan para masyarakat luar dapat melihatnya melaui video ataupun membaca artikel yang dijelaskan oleh para selebriti Korea tersebut. Dimana, melalui program yang diberi nama *“Korea’s Bright Sparks”* tersebut mengundang masyarakat dari China, Jepang, Singapura, Taiwan untuk memilih selebriti Korea yang paling ingin ditemui diantara 10 bintang *Hallyu* yang sebelumnya telah melewati pemilihan oleh KTO. Selebriti – selebriti tersebut adalah Andy, Jang Seo-Hee, Ji-Sung, Jun JI, Kim Jun, Kwon Sang Woo, Lee Min Woo, Parj Eun Hye, Park Yong Ha. Pada penggemar selebriti–selebriti tersebut memili kesempatan untuk bertemu dengan selebrit –selebriti tersebut dalam acara *“sparkling Road Trip”* yang diadakan setelah acara tersebut. Acara tersebut berhasil menarik minat masyarakat internsional.[[42]](#footnote-43)

Program – program lain yang menjadi program penting ataupun menjadi salah satu acara yang menarik banyak perhatian adalah *Incheon Korean Wave Concert 2009,* yang merupakan bagian dari acara *Incheon Korean Wave Festival 2010*.

Acara ini diadakan pada tanggal 5 september 2009 di *Incheon Munhak Main Stadium.* Pada awalnya acara ini dijadwalkan pada tanggal 22 Agustus, tetapi diundur menjadi bulan September dikarenakan kematian mantan Presiden Korea Kim Dae Jung.[[43]](#footnote-44) Acara ini pada dasarnya juga merupakan bagian dari *Global Fair & Festival Incheon 2009* yang telah dijelaskan sebelumnya dan juga merupakan bagian dari *Incheon Korean Wave Festival 2009*. Acara ini menjadi acara konser special *K – Pop*  yang menunjukan bersama – sama artis – artis Korea yang popular pada saat itu. Pada acara konser *Incheon Korean Wave Concert* tersebut dimeriahkan oleh SNSD, Super Junior, Shinee, Baek Jiyoung, KARA, FT Island, Younha 2PM, SS501, dan masih banyank lagi. Acara lain dalam rangkaian acara *Incheon Korean Wave Festival* tersebut adalah *Incheon Korean Wave Star 2009* yang dimulai dengan konser Lee Min Woo dan dilanjutkan dnegan sesi tanda tangan oleh SS501 dan juga diikuti oleh pertemuan dnegan penggemar yang berasal dari luar negeri. Berbeda dengan acara konser *Incheon Korean Wave Music* yang diundur menjadi bulan September, acara *Incheon Korean Wave Festival* ini tetap berjalan sesuai dengan jadwal awal, yaitu pada tanggal 15 Agustus.[[44]](#footnote-45) Acara *Korean Wave Festival* diadakan dengan tujuan untuk menarik pengunjung dan wisatawan dari luar Korea yang memang mengenal Korea melalui drama – drama dan lagu – lagu Korea atau yang dikenal dengan *Korean Wave.*

1. Visit Korea 2010-2012: *Promote Korea as a Whole*

Pada akhir tahun 2009 dimana akan berakhirnya program *2009:Visit Incheon Year*, Korea kembali meresmikan program untuk tahun berikutnya. Dimana tidak seperti program – program dari tahun 2005-2009 yang fokus pada kota dan provinsi, kali ini Korea meresmikan program yang mencangkup keseluruhan Korea yaitu *Visit Korea Year 2010-2012*. Program ini diresmikan pada tanggal 11 November 2009 di  *Cheonggye Stream* yang terletak di kota Seoul. Program ini berjalan dengan tema yang berbeda setiap tahunnya. Dimulai dari 2010, *“City & Style”* menjadi tema utama, dengan fokusnya pada *Seoul’s World Design Capital* dan *Korean Wave* di Asia Timur. Pada tahun 2011, *“Nature & People”* menjadi tema utama dengan fokusnya pada IAAF *World Championship in Athletics in Daegu* dan *Green tourism.* Pada tahun 2012, *“Blue Ocean”* menjadi tema utama dengan fokusnya pada *World Expo in Yeonso.[[45]](#footnote-46)* Program yang berjalan selama tiga tahun ini akan berada dibawah slogan *“Offer the best of Korea with your smile”*. 4 perwakilan dipilih untuk menjadi duta dalam rangka mempromosikan berjalannya program ini. Duta – duta tersebut terdiri dari Bae Yong Joon yang merupakan salah satu actor yang terkenal melalui perannya dalam *Winter Sonata* dan berperan penting dalam *Korean Wave,* Kim Yu-na yang merupakan seorang *skater* yang terkenal dan menjadi bagian dalam perkembangan olahraga Korea, Pororo yang merupakan karakter kartun yang terkenal, dan Girls’Generation yang juga memiliki peran penting dalam perkembangan *Korean Wave* dalam bidang musik.[[46]](#footnote-47)

Selain acara peresmian yang dilakukan pada November 2009, acara lain diselenggarakan di beberapa negara lain demi mempromosikan program tersebut. Salah satunya adalah diadakan di Jepang pada tanggal 30 September, di *Tokyo Dome.* Acara tersebut merupakan acara peluncuran *Visit Korea 2010-2012* yang ditunjukan terhadap masyarakat Jepang. Acara ini diadakan oleh KTO dan dihadiri oleh salah satu duta program *Visit Korea 2010-2012,* yaitu Bae Yong Joon yang merupakan selebriti dan actor Korea yang terkenal di Jepang dikarenakan dramanya *Winter Sonata.[[47]](#footnote-48)* Dalam acara tersebut, Bae Yong Joon menjelaskan mengenai hal – hal menariik yang terdapat di Korea. Salah satu ajang promosi lain juga dilakukan di Shanghai, Cina pada tanggal 24 November 2009. Para selebriti Korea yang berpartisipasi tiba di Sanghai pada hari yang sama dan langsung disambut oleh kerumunan penggemar. Para penyanyi tersebut termasuk diantaranya Wheesung, F(x), 2PM, 2AM, U-Kiss, 4Minute, dan juga Jang Nara. Para penyanyi tersebut berpartisipasi dalam acara *the Feel Korea K – Pop Night and K – Fashion* dalam rangka mempromosikan program *Visit Korea 2010-2012.[[48]](#footnote-49)* Acara ini berhasil menarik minat pengunjung sebanyak 8000 orang. Pemerintah Korea berharap bahwa kekuatan para selebriti, penyanyi, actor dna aktris Korea dapat mendorong para wisatawan untuk dating ke Korea.

Berbagai macam acarapu telah dipersiapkan demi berjalannya program *Visit Korea 2010-2012* tersebut. Berbagai macam acara tersebut tentu saja sesuai dengan focus utama Korea dalam tema –tema setiap tahun yang memang berbeda. Beberapa acara utama tersebut adalah, *Seoul Design Fair* yang diadakan pada tanggal 17 September sampai dengan 7 Oktober 2010. Lalu, IAAF *World Championship Daegu 2011* yang akan diadakna pada tahun 2011, *Expo 2012 Yeosu Korea,* yang akan diadakan ditahun 2010. Selain itu adalah *Korean Wave Festival* yang diadakan pada September di tahun 2010 selama 7 hari di Gyeongju dan juga provinsi Gyeongsangbuk, *Haendae Piff Night* yang diadakan pada Oktober 2011 di Kota Busan. *Korea Food and Tourism Festival,* dan juga *Korea Grand Sale* yang diadakan pada November 2010 sampai dengan Februari 2011.[[49]](#footnote-50)

Selain beberapa acara utama di atas, masih banyak acara lain yang juga yang dilaksanakan oleh KTO. Seperti salah satunya adalah *Inspiring Night in Korea 2010.* Acara ini merupakan salah satu acara yang diadakan untuk merayakan berjalannya program *Visit Korea Year 2010-2012.*[[50]](#footnote-51) Diselenggarakan disalah satu tempat bersejarah Korea, yaitu *Changdeokgung Palace* acara ini juga bertujuan untuk memberikan pengalaman dengan pertunjukan tradisional Korea, dan juga misteri dibalik kebudayaan Korea. Acara ini juga bersamaan dengan peresmian salah stu selebriti Korea, Choi Ji-Woo sebagai duta kehormatan dalam mempromosikan pariwisata Korea. Hal ini juga ditunjukan untuk membantu berjalannya program pariwisata dalam menarik minat masyarakata asik untuk darang ke Korea.

Choi Ji Woo telah dipilih sebagai salah satu duta kehormatan dalam membantu mempromosikan salah satu program kampanye *Visit Korea Year 2010-2012*, yaitu *“Smile Korea.* Hal ini dikarenakan perannya yang telah cukup signifikan dalam membantu pariwisata Korea, sperti meningkatkan tingkat kualitas dan kuantitas pariwisata Korea melalui drama yang ia perankan, yaitu *Winter Sonata.[[51]](#footnote-52)*

Selain itu, terdapat juga acara *Busan International Fireworks* yang diadakan di Kota Busan pada tanggal 21 Oktober 2010. Festival ini termasuk diantaranya adalah, pameran foto, konser *K – Pop,* dan juga kembang api. Acara ini diadakan selama 3 hari sampai dengan tanggal 23 Oktober 2010 di area *Gwangandaeyyo Bridge*. Pertunjukan dari para *Hallyu stars* tersebut berada di hari pertama. Dimana, pada hari pertama tersebut akan , Choi Ji-woo yang merupakan duta pariwisata Busan akan membuka pameran foto, dilanjutkan dengan acara tanda tangan dengan para penggemarnya. Setelah itu, acara tersebut dilanjutkan dengan konser, yaitu *Hallyu Star Concert* yang melibatkan penyanyi – penyanyi besa dan telah popular tidah hanya di Korea tetapi juga di negara – negara lain di Asia, seperti Super Junior, Shinee, Boa, dan juga 2AM. Pada tanggal 22 Oktober akan menjadi *World Fireworks Day* yang akan memperlihatkan bebagai macam jenis kembang api yang dilakukan oleh para tim pirotehnik yang berasa dari Cina, Italia.[[52]](#footnote-53) Pada tanggal 23 malam hari Oktober menjadi hati utama dari festival ini, dimana akan terdapat sejumlah 80.000 kembang api dalam sebuah pertunjukan.

*6th Pusan International Film Festival* (PIFF) yang sekarang dikenal dnegan *Busan International Film Festival* seperti yang telah dijelaskan sebelumnya juga merupakan bagian dari acara utama dalam *Visit Korea Year 2010-2012* untuk tahun 2010. Acara festival ini juga diadakan di Busan pada tanggal 7 Oktober sampai dengan 15 oktober 2010.[[53]](#footnote-54) Sebenarnya acara ini telah menjadi acara tahunan yang sudah pernah diadakan pada tahun – tahun sebelumnya. Akan tetapi, dengan peresmian program *Visit Korea Year 2010-2012* tersebut dengan tema *Korean Wave* menjadi focus utama dalam tahun 2010 acara ini menajadi fokus acara dan acara besar dalam berjalannya program tersebut. Acara ini telah menjadi besar dan global dnegan diikuti oleh delegasi – delegasi seperti sutradara, aktor, dan aktris, dan juga produser yang berasal dari 60 negara yang berbeda.

pada acara festival tersebut para pengunjung bekesempatan untuk menonton barbagai macam film yang berasal dari negara – negara yang berbeda.[[54]](#footnote-55) Selain itu, para pengunjung juga memiliki kesempatan untuk bertemu dnegan para selebriti, sutradara, dan juga para produse yang juga tidak hanya berasal ari Korea, tetapi juga dari negara – negara lain yang ikut berpartisipasi dalam acara tersebut.

Acara ini diadakan pada tanggal 10 September sampai 12 September 2011 di Gyeongsangbuk, Gyeongju dan Hwang Suk Park. Dalam festival *Korean Wavei* ini akan terdiri dari peragaan busana Korea, pertunjukan makanan dan juga drama Korea, dan juga konser *K – Pop.* Acara pertama dalam fetval ini yaitu, *Hallyu Star Speacial Date* terdapat berbagai macam selebriti Korea akan hadir seperti Yoon Sang-Hyun, Kim Bum, dan juga Um Tae-ung. Ketiga selebriti ini juga merupakan duta dari *Hallyu Dream Festival* tersebut.[[55]](#footnote-56) Para selebriti – selebriti tersebut akan memberikan pertunjukan seperti konser kecil dan juga bertemu langsung dengan para penggemar. Pada acara kedua yaitu peragaan busana, semua model kelas atas dan juga bintang *Hallyu* akan berpartisipasi dalam peragaan busana *“Lee Young Hee*”. Tentu saja peragaan busana tersebut yang berhubungan langsung dengan *Hallyu* dimana acara tersebut dilengkapi dengan pertunjukan dari pada *Hallyu Star.* Acara terakhir dalam festival tersebut, yaitu *Hallyu Dream Concert* diisi oleh para penyanyi terkenal Korea, seperti Super Junior, 2PM, After School, Beast, 2AM, 2NE1, 4Minute, Miss A, KARA, Son Dam-bi, FT Island, Shinee, dan lain-lain.

Kesemua para penyanyi tersebut merupakan aktor – aktor penting dalam perkembangan *Korean Wave* keseluruh dunia, terutama negara – negara Asia. Dalam festival *Korean Wave* tersebut juga terdapat pameran – pameran dan pertunjukan – pertunjukan lainnya yang memberikan pengalaman mengenai kebudayaan Korea terhadap para pengunjung. Seperti, acara, *“Reenactment of Queen Seondeok”* yang merupakan salah satu ratu dalam masa Dinasti Silla, dan juga *“Rice cake & Liquor Festival”.* Kedua acaea ini berupakan salah satu acara yang diadakan dalam festival tersebut yang bertujuan untuk menunjukan kebudayaan tradisional Korea. Acara festival ini menjadi sebuah acara yang sukses menggabungkan antara kebudayaan tradisional dan kebudayaan popular Korea.[[56]](#footnote-57)

Melalui penjelasan – penjelasan mengenai program – program pariwisata Korea periode 2005 – 2010 diatas penulis akan meringkasnya dalam table dibawah ini.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tahun | Nama Program | Ringkasan *Koren Wave* dalam Program Pariwisata |
| 2005 | *Visit Gyeonggi-Korea 2005* | * Menggunakan berbagai lokasi pengambilan drama Korea di provinsi tersebut. * Menggunakan selebriti Korea sebagai duta yang mempromosikan program pada tahun 2005. |
| 2006 | *Visit Jeju Year 2006* | * Mengadakan acara khusus mengenai *Korean Wave* * Menggunakan selebriti Korea sebagai duta * Menggunakan lokasi pengambilan drama Korea diwilayah Pulau Jeju |
| 2007 | *Visit Gyeongbuk-Korea 2007* | Menggunakan selebriti Korea untuk mempromosikan program pariwisata Korea. |
| 2008 | *Visit Gwangju-Jeonnam Korea Year 2008* | Tahun ini menjadi tahun dimana pemerintah tidak menggunakan *Korean Wave* secara spesifik dalam menjalankan program *Visit Gwangju-Jeonnam Korea Year 2008* tersebut. |
| 2009 | *Visit Incheon Year 2009* | * Menggunakan lokasi pengambilan drama di wiliyah Incheon * Mengadakan acara dengan menggunakan selebriti Korea * Mengadakan acara *Korean Wave.* |
| 2010 | *Visit Korea Year 2010-2012* | * Pemilihan tema *Korean Wave* sebagai tema program pada tahun 2010 * Selebriti Korea sebagai duta untuk mempromosikan program pariwisata Korea * Mengadakan acara – acara *Korean Wave* baik sebelum berjalannya program dan selama berjalannya program. |

**Tabel. 3**

Dari penjelasan table di atas, dapat dilihat bahwa terdapat bahwa penggunaan *Korean Wave* dalam program – program tersebut yang terjadi pada tahun 2007 dan menjadi lebih signifikan di tahun 2008. Pada tahun 200, budaya tradisional Korea menjadi objek pariwisata yang sangat didorong kemanjuannya. Penulis menilai bahwa hal ini menjadi salah satu upaya pemerintah Korea dalam mengembangkan budaya tradisional Korea yang telah dikenal melalui drama – drama Korea. Pemerintah Korea dalam hal ini mencoba untuk mendorong kepopuleran dari budaya tradisional Korea yang nantinya akan membuat masyarakat asing lebih mengenal Korea melalui budaya tradisional Korea tersebut. Kepopuleran *Korean Wave* ini dianggap sebagai sebuah peluang bagi Korea untuk memajukan budaya tradisionalnya dengan meresmikan tahun 2007 dan terutama tahun 2008 tersebut sebagai program pariwisata yang akan hanya difokuskan terhadap budaya tradisional Korea.

1. Kedutaan Besar Republik Indonesia untuk Korea Selatan, ‘Tentang Korea Selatan’, <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/2013-01-21-22-49-05/berita-terkini/26-indonesian/tentang-korea/54-tentang-korea-selatan> . Di akses pada tanggal 07 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-2)
2. Shafira Bayugiri R, *Korean Chingu* (Jakarta Selatan: Tangga pustaka, 2012), hlm 4-5 [↑](#footnote-ref-3)
3. *Ibid,* hlm 6 [↑](#footnote-ref-4)
4. *Ibid.,* hlm.47 [↑](#footnote-ref-5)
5. Doobo Shim, *Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia,* diakses dari <http://www2.fiu.edu/~surisc/Hybridity%20and%20the%20rise%20of%20Korean%20popular%20culture%20in%20Asia.pdf>, hlm 28-30 [↑](#footnote-ref-6)
6. Shim Doobo, *Perkembangan Gelombang Korea,* diakese dari http://kyotoreviewsea.org/KCMS/?p=251&lang=id [↑](#footnote-ref-7)
7. Kwanyong Kim, *“Welcome Greeting”,* diakses dari<http://www.hallyudreamfestival.or.kr/intro/e_intro2.html>, pada tanggal 10 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-8)
8. Korean Culture and Information Service, 15 November 2011. *K-Pop:* A New Force in Pop Music *Korean Culture,* No.2. Hal.27 [↑](#footnote-ref-9)
9. The Chosunibo,2012. *Facebook Opens K – Pop Page.* <http://english.chosun.com/site/data/html_dir/2012/05/22/2012052200829.html>. Diakses pada tanggal 10 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-10)
10. Doobo Shim. 2006. Hybridity and Rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media Culture and Society, Vol 28(1).* Hal. 28 [↑](#footnote-ref-11)
11. Nyoman Lia Susanti. 2011. “Gurita” Budaya Populer Korea di Indonesia. <http://www.isi-dps.ac.id/berita/%E2%80%98gurita%E2%80%99-budaya-populer-korea-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 10 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-12)
12. Shim Sun-ah.2012. *Korean Film Drew Record Audiences in First Half: Ministry.* <http://english.yonhapnews.co.kr/news/2012/07/03/0200000000AEN20120703007100315.HTML>. Diakses pada tanggal 10 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-13)
13. Do Kyun Kim dan Se-Jin Kim. 2011. Hallyu from Its Origin to Presents. Do Kyun Kim dan Min-Sun Kim (eds). *Hallyu: Influenfe of Korean Popular Culture in Asia and Beyond.* Seoul: Seoul National University Press. Hal. 25 [↑](#footnote-ref-14)
14. Food, dalam <http://www.korea.net/AboutKorea/Korean-Life/Food>, di akses 13 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-15)
15. Clothing and Fashion, <http://www.korea.net/AboutKorea/Korean-Life/Clothing>, diakses pada 13 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-16)
16. Fashion style ala Korea di Indonesia, <http://reformata.com/news/view/7096/fashion-style-ala-Korea-di-indonesia> , diakses pada 15 maret 2017 [↑](#footnote-ref-17)
17. Cara Dandan ala Artis Korea, di akses pada <http://www.saranghaeyo.biz/2012/cara-dandan-ala-artis-korea.html> [↑](#footnote-ref-18)
18. *A Treasure of Tourist Attractions – Gyeonggi greets tourists with fascinating tour programs during ‘Visit Gyeonggi – Korea 2005’,* diakses dari <http://www.newsworld.co.kr/cont/0502/61.html>, pada tanggal 13 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-19)
19. *Market the Tourism in Gyeonggi through Young Korean Wave Star,* diakses dari <http://english.gg.go.kr/news/viewToday.jsp?seq=407&page=59&method=&query>=, pada tanggal 14 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-20)
20. *Movie star Jung Jun-Ho acts as the PR Ambassador for 2005, the Visit Gyeonggi-Korea Year,* diakses dari <http://english.gg.go.kr/board/viewToday.jsp?lm=01&seq=438&page=7&method=&query>=, pada tanggal 15 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-21)
21. *Overview of Project,* Diakses dari <http://www.h-wood.co.kr/en/work/work01.php>, pada tanggal 15 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-22)
22. *ibid* [↑](#footnote-ref-23)
23. *Seats to Hallyu Expo in Short Supply,* diakses dari <http://english.kbs.co.kr/entertainment/news/1425666_28572.html>, pada tanggal 15 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-24)
24. *Hallyu Expo in Asia,* diakses dari <http://english.visitkorea.or.kr/enu/SI/SI_EN_3_2_1.jsp?cid=293296>, pada 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-25)
25. Millie Creighton, *Japanese suring the Korean Wave: Drama Toruism, Nationalism, and Gender cia Ethnic Eroticisms.* Hlm.16*,* diakses dari <http://www.uky.edu/Centers/Asia/SECAAS/Seras/2009/03_Creighton_2009.pdf>, pada tanggal 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-26)
26. *Hallyu Stars to Meet Fans in Cheju,* diakses dari <http://www.mykoreanstars.com/forums/showthread.php?t=145>, pada tanggal 15 maret 2017 [↑](#footnote-ref-27)
27. KTO Toronto, *Experience gyeongsangbuk-do Province During “Visit Gyeongbuk-Korea 2007” Year!,* diakses dari <http://english.visitkorea.or.kr/enu/OO/OO_EN_13_3_2.jsp?cid=347709#Lang_Content_Layer>, pada tanggal 15 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-28)
28. *ibid* [↑](#footnote-ref-29)
29. Gyeongju World Culture Expo, diakses dari <http://cultureexpo.or.kr/assets/download/file/?BjiJZoktQkSWf38Sucl3Bw>, pada tanggal 15 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-30)
30. KTO Toronto, *Experience Jeollanam-do Province During “2008 Visit Gwangju Jeonnam Korea” Year,* di akses dari <http://english.visitkorea.or.kr/enu/OO/OO_EN_13_3_2.jsp?cid=496138>, pada tanggal 15 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-31)
31. *Expolere Korea’s Treasures – Gwangju & Jeollanam-do,* diakses dari <http://english.visitkorea.or.kr/enu/SI_SI_EN_3_6.jsp?cid=641679>, pada tanggal 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-32)
32. Jindo-gun, *Jindo Yeongdeung Moses Miracle Parting of the Sea Festival,* diakases dari <http://www.festival.com/Jindo+Yeongdeung+Moses+Miracle+Parting+of+the+Sea+Festival-South%20Korea-NA-Jindo-gun-PfxZ8VsrIU4%3D.aspx>, pada tanggal 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-33)
33. *Focus on … Muan! White Lotus Festival (July 25 – july 29)*, diakses dari <http://cdn.emarketingsg.com/emktg/korea061308.htm>, pada tanggal 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-34)
34. *Gwangju Kimchi Festival,* diakses dari <http://english.visitkorea.or.kr/enu/SI/SI_EN_3_2_1.jsp?cid=293204>, pada tanggal 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-35)
35. KTO London, *Destination 2008 – Register and Win on Tour2Korea.com,* diakses dari [http://english.visitkorea.or.kr/enu/OO/OO\_EN\_13\_2\_2.jsp?cid=496136#Lang\_Content­ayer](http://english.visitkorea.or.kr/enu/OO/OO_EN_13_2_2.jsp?cid=496136#Lang_Contentayer), diakses pada 15 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-36)
36. *2009: Visit Incheon Year*, diakses dari [http://kto.visitkroea.or.kr/enu/ek/ek\_1\_4­\_3.jsp?cid=641829](http://kto.visitkroea.or.kr/enu/ek/ek_1_4_3.jsp?cid=641829), pada tanggal 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-37)
37. *Incheon Promises to Be a Magnet for Tourists, Offers exotic tourist spots and festival year-around with upcoming ‘2009: Visit Incheon Year’ and Global Fair & Festival 2009 Incheon.* Diakses dari <http://www.newsworld.co.kr/cont/0812/76.htm>, pada tanggal 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-38)
38. *ibid* [↑](#footnote-ref-39)
39. Kim Hee-Sung, *two competing music festival to rock this summer,* diakses dari <http://english.visitkorea.or.kr/enu/FU/FU_EN_15.jsp?cid=768057>, pada tanggal 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-40)
40. KTO Sydney, *Incheon City, Korea Invites The World to its Global Festival 2009,* diakses dari htpp://english.visitkorea.or.kr/enu/OO/OO\_EN\_13\_4\_2.jsp?cid=73538, pada tanggal 17 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-41)
41. Thomas J Shon, *R16 B-Boy Festival,* diakses dari <http://english.visitkorea.or.kr/enu/OO/OO_EN_13_4_2.jsp?cid=790622>, pada tangal 17 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-42)
42. *Meet 100 Korean Celebrities-Korea 100 Sparkles Online Festival.* <http://english.visitkorea.or.kr/enu/FU/FU_EN_15.jsp?cid=805332>, pada tanggal 17 Maret 20017 [↑](#footnote-ref-43)
43. Coolsmurf, *Star Gather for Incheon Korean Wave Festival 2009,* diakses dari <http://www.allkpop.com/2009/08/stars_gather_for_incheon_korean_wave_festival_2009>, pada tanggal 17 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-44)
44. Hying, *Top Korean Stars performing for Incheon Korean Wave Festival 2009,* diakses dari <http://www.koreancliks.com/korean-stars-news/top-korean-stars-performing-for-incheon-korean-wave-festival-2009>. pada tanggal 17 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-45)
45. *“2010-2012 Visit Korea Year” Campaign* diakses dari <http://brandingkorea.org/campaigns-archive/2010-2012-visit-korea-years/> [↑](#footnote-ref-46)
46. *PR Ambassador for the Visit Korea Year,* diakases dari <http://english.visitkoreayear.com/english/vkcinfo_03_04_01.asp>. [↑](#footnote-ref-47)
47. Do Je-hae, *‘Visit Korea’ Campaign Launched in Japan,* diakses dari <http://www.koreatimes.com.kr/www/news/nation/2011/04/117_52780.html>, pada tanggal 17 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-48)
48. Lim Jae-un, *Korean wave crashes upon Shanghai shores,* diakases dari <http://www.mct.go.kr/english/issue/issueView.jsp?pSeq=1426>, pada tanggal 16 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-49)
49. *Visit Korea Year 2010-2012,* diakses dari <http://www.visitkorea.com.my/article/visit-korea-year-2010-2012>, pada tanggal 18 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-50)
50. *Inspiring Night in Korea 2010,* diakses dari <http://korean.visitkorea.or.kr/kor/nightinkorea/eng/p_02.html>, pada tanggal 18 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-51)
51. *Hallyu Star Choi Ji-woo, with Warm and Great Smile!- Actress Choi Ji-woo Has Been Chosen as an Honorary Ambassador for 2010-2012 Visit Korea Year,* diakses dari <http://english.visitkoreayear.com/english/community/community_01_01_01_view.asp?bidx=113&st=&sech=&page=5>, pada tanggal 18 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-52)
52. *6th Busan International Fireworks Festival,* diakses dari <http://english.visitkorea.or.kr/enu/FU/FU_EN_15.jsp?cid=1113472>, pada tanggal 18 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-53)
53. *Light, Camera? Action! The Finale of PIFF!,*  diakses dari <http://visitkorea.com.my/article/light-camera-action-the-finale-of-piff>. pada tanggal 18 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-54)
54. *Come and Enjoy the City of Festival, Busan,* diakses dari <http://english.busan.go.kr/community/news/news_01.jsp?command=view&board_code=8&sn=1317&d_code=EA02004&page=0&nowBlock=0>, pada tanggal 18 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-55)
55. *HALLYU DREAM FESTIVAL*  *concludes in great success!*, diakses dari <http://english.visitkoreayear.com/english/cummunity/community_01_01_01_view.asp?bidx=137&st=&sech=&page=4>, pada tanggal 19 maret 2017 [↑](#footnote-ref-56)
56. *Hallyu Dream Festival 2010,* diakses dari <http://visitkorea.com.my/article/hallyu-dream-festival-2010>, pada tanggal 18 Maret 2017 [↑](#footnote-ref-57)