

BAB IV

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMBUAT KOREAN WAVE DIGUNAKAN SEBAGAI BAGIAN DARI STRATEGI EKONOMI OLEH KOREA SELATAN

Fenomena Korean wave merupakan suatu peristiwa yang menjadi keuntungan bagi ekonomi Korea Selatan. Pada bab IV ini, penulis akan mencoba untuk menunjukkan proses Korean wave menjadi bagian dari strategi ekonomi Korea Selatan.

A. Korean Wave sebagai Instrumen Soft Diplomasi

Situasi politik dalam negeri Korea Selatan pada masa pemerintahan Kim Young Sam mengambil kebijakan penyebaran budaya Korea Selatan ke luar negeri, hal ini bermaksud menjadikan budaya Korea selatan sebagai soft diplomasi, yang kemudian menggunakan sektor budaya yang dianggap berpotensi dalam memperkuat pengaruh Korea Selatan dipasar internasional, selain hal itu kebijakan ini diambil guna mengantisipasi serangan budaya asing beserta produk asing yang masuk ke dalam negeri serta pemerintah Korea Selatan ingin masyarakatnya lebih mencintai budayanya sendiri serta produk dalam negeri daripada harus memilih produk asing.

Korean wave bisa di katakan sebagai kunci kebijakan paling ampuh untuk bisa bekerjasama dengan Negara-negara lain, keputusan ini diambil karena ekonomi Korea selatan disokong oleh kegiatan ekspor sehingga memasukkan Budaya dalam produk ekspor merupakan suatu pijakan penting bagi Korea Selatan untuk bisa bersaing dan di kenal dikancah global.

Joseph Nye dalam tulisannya yang berjudul *The Changing Nature of World Power* mendefinisikan soft power sebagai kemampuan untuk mencapai suatu tujuan dan kemampuan untuk membuat orang lain bersikap dan bertindak seperti yang kita inginkan. *Soft power* merupakan kemampuan untuk merubah persepsi atau pandangan pihak lain.

Kemampuan tersebut cenderung mengarah pada sumber daya yang abstrak seperti; budaya, pribadi yang menarik, nilai-nilai dan sebagainya. *Soft power* dapat diklasifikasikan menjadi lima kategori berdasarkan tujuan kebijakan yang ingin dicapai. Pertama, *soft power* bertujuan untuk meningkatkan keamanan terhadap ancaman dari luar dengan pembentukan citra damai dan menarik. Kedua, *soft power* bertujuan untuk mengarahkan dukungan negara lain untuk mendukung suatu kebijakan luar negeri. Ketiga, *soft power* bertujuan untuk memanipulasi perspektif atau pandangan negara lain. Keempat, *soft power* bertujuan untuk mempertahankan kesatuan suatu komunitas atau komunitas negara-negara. Kelima, *soft power* bertujuan untuk meningkatkan penilaian baik terhadap seorang pemimpin atau dukungan domestik terhadap pemerintah. (Nye., 1990)

Korean wave menjadi instrumen *soft power* Korea Selatan dengan sumber berupa kebudayaan, yakni budaya populer (pop culture), yang diproduksi massal untuk konsumsi publik negara-negara lain. Korean wave tersebut digunakan untuk mencapai tujuan berupa mendapatkan keuntungan ekonomi bagi Korea Selatan. Keuntungan ekonomi bagi Korea Selatan dicapai tidak hanya dengan memperoleh keuntungan dari ekspor produk budaya namun juga melalui pemanfaatan kepopuleran Korean wave di negara-negara lain sebagai daya tarik dan alat promosi dalam memasarkan produk bernilai ekonomi lainnya seperti pariwisata dan produk-produk komersial. Strategi ini adalah salah satu alternatif yang terkait dengan optimalisasi peran kebudayaan bagi perekonomian negara. Keberhasilan Korea Selatan mempromosikan budayanya tidak hanya memberikan dampak positif bagi identitas budaya bangsa namun juga bagi perekonomian negaranya. Kebudayaan, terutama kebudayaan populer, memang jarang dilibatkan jika kita membahas perekonomian negara. Namun, Korean wave memberikan bukti bahwa kebudayaan adalah sektor yang potensial bagi perekonomian suatu negara. Meski terlihat sebagai sebuah fenomena di dunia hiburan semata, Korean

wave sebenarnya telah menjadi instrument penting yang tidak hanya meningkatkan popularitas Korea Selatan hingga membuatnya dikenal di hampir diseluruh penjuru dunia, tetapi juga membawa dampak positif bagi perkembangan perekonomian negara tersebut.

B. Sebagai Daya Tarik Serta Promosi

Dari segi ekonomi kebijakan penyebaran budaya ke luar negeri atau yang sering di sebut sebagai fenomena Korean wave berbanding lurus dengan kebutuhan ekonomi Korea Selatan, ekonomi Korea Selatan hampir sepenuhnya di topang oleh kegiatan ekspor, sehingga kebijakan yang diambil oleh pemerintah Korea selatan di nilai mampu membantu kegiatan ekspor dalam hal mewujudkan citra yang baik dari masyarakat dunia. Selain itu fenomena Korean wave di jadikan sebagai ajang promosi oleh Korea selatan agar produk yang datang dari Korea Selatan terlihat lebih menarik serta dapat di terima oleh Negara lain.

Untuk segi militernya, menurut coplin ketika suatu Negara memiliki perekonomian yang baik maka akan mempengaruhi kapasitas serta kekuatan militer suatu Negara tersebut. Sehingga dengan adanya Korean wave yang berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi Korea Selatan, dengan begitu secara tidak langsung dapat di katakana bahwa Korean wave turut andil dalam memperkuat militer Korea Selatan.

Korea Selatan bergantung penuh terhadap ekspor untuk menyokong perekonomiannya. Hal ini terlihat dalam kebijakan perekonomiannya yaitu dengan diberlakukannya Kebijakan *Export Oriented Industri* (EIO) Mereka harus mempersiapkan diri dan berjuang untuk merebut pasar dunia. Ketika Korea Selatan mengambil kebijakan untuk menetapkan abad 21 sebagai “*century of culture*” pada tahun 1994 di masa kepemimpinan Kim Young Sam. Yang artinya mempromosikan budaya Korea Selatan dengan menyisipkannya dalam produk yang nantinya akan di kirim ke luar negeri guna meningkatkan pengaruh serta produk Korea ke pasar internasional adalah keputusan yang diambil

karna alasan kepentingan nasional. Dengan demikian di harapkan sektor budaya menjadi promosi dalam menyebarkan pengaruh Korea Selatan agar masyarakat internasional tidak asing lagi dengan produk yang di bawa oleh Korea Selatan. Keputusan ini juga dinilai searah dengan potensi yang dimiliki oleh korea selatan.

Pemerintah Korea Selatan mendukung penuh persebaran gelombang budaya Korea Selatan . Kim Young Sam menyatakan, negaranya siap bersaing dalam bidang budaya dan ekonomi baru di kancah global sebagai respons atas tekanan eksternal yang diberlakukan Amerika Serikat. Tekanan yang dimaksud adalah hegemoni budaya Barat dan westernisasi yang semakin kuat sekaligus menyokong status negara adidaya yang dimiliki Amerika Serikat. Dan Kim Young Sam tidak main-main dengan ucapannya, melalui kontrol pemerintah, dia melahirkan sebuah kebijakan bernama "Lima Tahun Rencana Pengembangan Budaya" yang menekankan kebijakan pada pengembangan industri budaya dan pemanfaatan sektor teknologi informasi (IT). Korea Selatan adalah satu dari sedikit negara di dunia yang menjadikan seni dan budaya sebagai komoditas ekspor yang dikembangkan menjadi sebuah soft power dalam berdiplomasi. Status kesuksesan Korea Selatan memperlihatkan kedigdayaan negaranya melalui budaya dan mampu memaksimalkan kekuatan tersebut dalam bentuk politik, ekonomi, hingga keamanan.

Alasan mengapa Korean wave di sebut sebagai soft diplomasi adalah karna dari awal di putuskan kebijakan menyebarkan kebudayaan ke luar negeri, yang menjadi harapan utama Korea selatan adalah sektor budaya dapat di manfaatkan sebagai sarana dalam memperkenalkan diri serta menjadi identitas bagi masyarakat internasional. Penyebaran Korean wave juga berkaitan erat dengan keuntungan yang di incar oleh Korea Selatan.

Dalam konteks internasional, Korea Selatan berada di kawasan Asia, sehingga dalam penyebaran budaya Korea Selatan atau Korean wave dapat di terima karna mengandung ciri-ciri khas seperti Negara di kawasan Asia lainnya, yaitu budaya menghormati yang lebih tua, gaya hidup yang teratur, hingga makanan yang tidak terlalu jauh berbeda. Dengan begitu kedatangan budaya Korea Selatan dapat di terima dengan baik oleh Negara-negara di kawasan Asia. Di samping itu pengemasan budaya ke dalam produk ekspor seperti contoh dimasukkannya unsur-unsur budaya ke dalam suatu drama Korea selatan mampu tersampaikan dengan baik pesan serta pengetahuan mengenai Korea Selatan

Fenomena Korean wave mendapat popularitas di banyak negara di dunia yang bertujuan untuk merubah citra Korea Selatan sebagai negara yang memiliki kebudayaan unik dan menarik. Pada periode perkembangan Korean wave di pertengahan tahun 2000-an mulai mengarah kepada kesuksesan karena respon positif yang ditunjukkan oleh hampir seluruh negara Asia, seperti; negara-negara di kawasan Asia Tenggara, kawasan Timur Tengah dan sebagainya. Gelombang kebudayaan berikutnya terjadi di awal tahun 2010 ketika Korea Selatan memperluas wilayah ekspansi kebudayaan hingga ke kawasan Eropa dan Amerika. Respon positif yang ditunjukkan oleh masyarakat internasional membuat Korean wave muncul sebagai fenomena transnasional yang mempengaruhi lebih dari setengah negara-negara di dunia. Kesuksesan yang diraih Korean wave.

Budaya Korea Selatan diberbagai belahan dunia mampu mengubah opini publik masyarakat internasional tidak terkecuali dari negaranegara besar seperti Rusia, RRT, India, dan Perancis dari yang semula berpandangan cenderung negatif menjadi positif. Pengaruh kultural dan nilai-nilai yang menjadi bagian dari soft power itu sendiri dapat mempengaruhi sebuah negara dalam jangka waktu yang lebih lama. Perubahan opini publik ini tentunya turut memberi jalan bagi pemerintah Korea Selatan dalam berdiplomasi dengan

negara lain karena ekspor budayanya memberi pengaruh besar bagi banyak negara.

Korean wave membawa empat misi kebudayaan, diantaranya; pembentukan citra positif, merubah perspektif atau pandangan negara lain, menggalang dukungan atas suatu kebijakan luar negeri, membentuk penilaian baik terhadap pemimpin atau dukungan domestik terhadap pemerintah. Misi kebudayaan yang dibawa oleh Korean wave yaitu pembentukan citra positif Korea Selatan di lingkungan internasional. Korean wave digambarkan sebagai fenomena kebudayaan yang membawa pesan-pesan perdamaian dan sebagai bukti bahwa penyebaran kebudayaan tersebut bukanlah ancaman bagi negara-negara lain. Pesan perdamaian tersebut dapat dilihat melalui isu-isu yang dibawa oleh para bintang idola Korean wave, seperti; iklan *Save Energy Save Earth* yang dibintangi oleh boyband *Super Junior* yang mengajak semua masyarakat untuk hemat energi, iklan *Traffic Safety* yang dibintangi oleh boyband *EXO K* dan *SHINee* yang mengajak masyarakat agar lebih berhati-hati dalam mengemudi di jalan raya, iklan *Milk Song* yang dibintangi oleh boyband *Infinite* yang mengajak masyarakat untuk hidup sehat dengan meminum susu secara teratur.

Citra positif kebudayaan Korea Selatan yang telah terbentuk dapat merubah persepsi, penilaian dan pandangan negara-negara lain terhadap Korea Selatan. Adanya penilaian positif tentang kebudayaan yang dibawa oleh Korean wave menjadi faktor penyebab terjadinya perubahan pandangan negara-negara lain terhadap Korea Selatan. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Kementerian Dalam Negeri dan Komunikasi Jepang atau *Minsitry of Internal Affairs and Communications of Japan* terhadap masyarakat mengenai penyebaran kebudayaan Korea Selatan di Jepang. Hasilnya adalah 57.1% responden mengakui bahwa terjadi perubahan pandangan yang positif terhadap Korea Selatan. Survey lainnya juga dilaksanakan di Jepang menunjukkan bahwa 62% responden mengakui perubahan pandangan positif terhadap

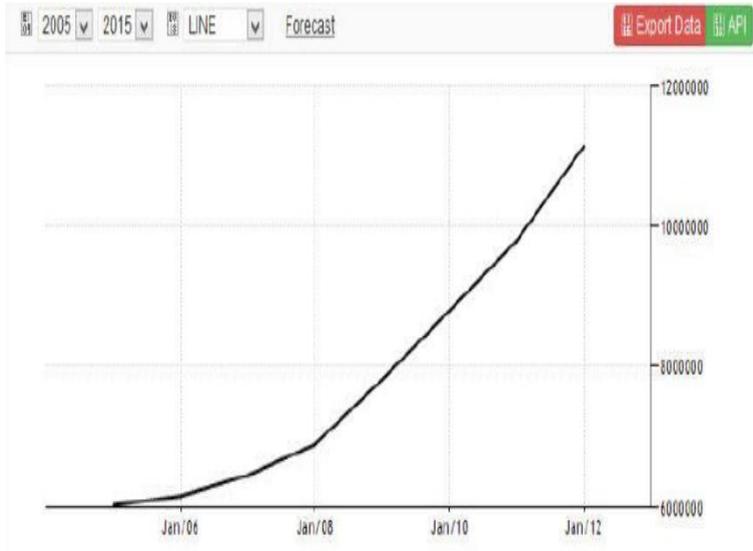
Korea Selatan setelah masuknya Korean wave ke Jepang. (Hye-Kyung, 2009)

Citra positif yang telah terbentuk berdampak terhadap perubahan persepsi dan pandangan yang berbuah dukungan untuk Korea Selatan. Adanya dukungan-dukungan yang ditunjukkan oleh beberapa negara seperti; Cina, Taiwan, Indonesia, Thailand, Malaysia dan sebagainya mengarahkan kepada penggalangan dukungan terhadap suatu kebijakan luar negeri yang dikeluarkan oleh pemerintah Korea Selatan. Pada dasarnya dukungan yang diberikan oleh negara-negara lain tidak hanya terbatas pada kebijakan luar negeri tapi juga kepada pemimpin Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan berusaha keras dalam mendukung penyebaran Korean wave di bawah Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata (MCST) untuk membentuk penilaian positif terhadap pemerintah melalui promosi kebudayaan. Pandangan positif terhadap pemerintah Korea Selatan pasca masuknya Korean wave di lingkungan internasional juga berdampak terhadap penilaian negara-negara lain terhadap pemerintah Korea Selatan. Melalui penyebaran kebudayaan yang membawa pesan perdamaian dan kerjasama, digambarkan pula pemerintah Korea Selatan yang juga menginginkan terwujudnya perdamaian antar negara melalui Korean wave.

Fenomena Korean wave telah menyebarluas di lingkungan internasional sejak akhir tahun 2009. Setelah kesuksesan yang dicapai di dalam negeri, Korea Selatan mulai menerapkan strategi penyebaran Korean wave ke lingkungan internasional. Kawasan Asia Timur merupakan wilayah pertama penyebaran budaya Korea Selatan. Respon positif ditunjukkan oleh masyarakat Cina dan Taiwan, tapi tidak dengan masyarakat Jepang yang memang telah lebih dahulu terkenal kebudayaannya. Penyebaran Korean wave selanjutnya adalah kawasan Asia Tenggara hingga wilayah Timur Tengah, seperti; Arab Saudi, Turki, Iran dan sebagainya. Setelah menguasai hampir seluruh Negara-negara Asia, Hallyu mulai melebarkan sayapnya ke daratan Eropa hingga ke Amerika.

Fenomena Korean wave di kawasan Asia Tenggara telah banyak mempengaruhi masyarakat yang berada di negara-negara Asia Tenggara. Para penggemar bintang-bintang Korean wave disana mengadaptasi gaya berbusana, model rambut, make-up hingga melakukan operasi plastik agar mirip dengan idolanya. Selain itu, mereka juga mendekorasi handphone, notebooks serta ruangan mereka dengan poster-poster dan foto bintang-bintang Korean wave bahkan sebagian besar dari penggemar tersebut berusaha untuk dapat fasih berbicara Korea, seperti; *Inlingua School* di Singapura yang mengalami peningkatan jumlah siswa yang belajar bahasa Korea hingga 60% karena tertarik dengan drama-drama televisi Korea Selatan. Di Singapura, K-Drama bahkan lebih diminati daripada drama Jepang serta memperoleh rating yang tinggi. Bukti kesuksesan Korean wave di Indonesia dapat dilihat melalui penyelenggaraan eksibisi Korea EXPO 2013 di Jakarta dan juga festival-festival kebudayaan lainnya seperti; *Korean Film Festival 2013 di Jakarta*, *festival K-Pop M Countdown Halo Indonesia 2013*, *Music Bank live in Jakarta 2013* dan sebagainya. Korean wave juga berkontribusi terhadap perubahan citra bagi Korea Selatan yang terbukti dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat Malaysia terhadap kehidupan sosial serta kebudayaan Korea Selatan, seperti; meningkatnya peserta yang melakukan penelitian dan pengkajian mengenai kebudayaan Korea Selatan serta membawa perubahan terhadap pola pikir dan pola hidup masyarakat Malaysia. Perubahan di bidang ekonomi dapat dilihat melalui peningkatan minat masyarakat Malaysia terhadap produk-produk Korea Selatan seperti produk elektronik, kosmetik, mode busana dan sebagainya.

Gambar 3.1
Pengunjung Korea Selatan 2005-2015



Sumber: KTO

Data tersebut membuktikan bahwa citra yang baik dari Korea Selatan membawa dampak yang baik pula dari masyarakat internasional, terbukti dari jumlah kunjungan ke Korea Selatan tahun 2005-2015 meningkat dari tahun ke tahun.

Keberadaan *culture* sebagai perangkat diplomasi dalam ruang lingkup hubungan internasional telah menjadi sebuah pembuktian baru yang bergelak perlahan tapi pasti. Adapun diplomasi kebudayaan, tulis Joseph S Nye Jr dalam buku *Soft Power: the Means to Success in World Politics*, merupakan perangkat untuk menebar kekuatan lunak atau *soft power*. Berbeda dengan *hard power* yang menggunakan paksaan dalam bentuk militer atau kekuatan ekonomi, *soft power* menciptakan kesepahaman dan pengertian akan nilai-nilai suatu negara. *Culture* telah menyediakan hiburan yang

luar biasa kepada masyarakat Global ketika orang mulai merasakan kejenuhan dalam pergaulan internasional yang cenderung statis. Korea Selatan menjadi negara yang memiliki andil besar dalam proses penjamuan hidangan besar dalam hiruk pikuk permasalahan global yang sifatnya *high-politics*. Bergeraknya Korsel sebagai penyaji hiburan masyarakat global tentu saja telah mengundang kepedulian dan *respect* yang luar biasa bagi para penikmatnya yang tersebar di hampir seluruh negara di dunia. Diplomasi kebudayaan dianggap sukses, pertarungan eksistensi yang dipandang orang-orang realis yang cenderung menggunakan *hard-power* tidak menjadi jaminan. Kekuatan besar sedang dibangun untuk membangun koalisi besar bersama pecinta kebudayaan Korea Selatan. Proses transformasi budaya berjalan secara pasti oleh karena keberhasilan diplomasi kebudayaan, yang menurut Milton C. Cummings, seorang pengamat dari Institute for Cultural Diplomacy adalah:

“The exchange of ideas, information, values, systems, traditions, beliefs, and other aspects of culture, with the intention of fostering mutual understanding” (Milton C. Cummings, 2003)

Budaya adalah salah satu bentuk diplomasi yang berguna untuk membangun saling kesepahaman dengan negara asing. Di dalamnya sedang berlangsung berbagai macam aktivitas baik itu pertukaran ide, informasi, nilai, tradisi, kepercayaan, dan aspek budaya-budaya lainnya, yang bertujuan untuk meningkatkan rasa saling mengerti satu sama lain.

Berawal dari industri hiburan yakni K-Pop dan K-Drama yang mengawali era kebudayaan Korea di kancah internasional. Jika mengacu pada definisi M. Cummings tadi maka kemudian suksesi Korea dalam industri hiburan turut mengikutsertakan nilai, pola hidup, kehidupan sosial, sistem dan tradisi serta kepercayaan yang dianut oleh orang-orang

Korea mulai dinikmati oleh masyarakat global. Proses inilah yang disebut sebagai *koreanization*. Bahkan hal ini juga turut membawa dampak positif bagi industri fashion, teknologi, maupun otomotif di Korea Selatan. Tingginya permintaan atas barang-barang elektronik buatan Korea di beberapa negara di dunia menjadi pembuktian atas skenario besar yang dirancang untuk menguasai peradaban manusia.

Kebanggaan dan kepercayaan diri yang tinggi telah mengangkat derajat negara Korea Selatan dari sebuah kungkungan masa lalu yang memaksa mereka menyerah pada Cina dan Jepang. Hasrat ingin menjadi sebuah kekuatan baru di Asia dengan sedikit terinspirasi dari Confusianisme China dan sedikit mengabaikan sensasionalisme Barat telah mendegradasi dominasi yang cenderung keras oleh dunia barat. Dengan kemasan yang lebih menarik dan indah, distorsi kebudayaan menjadikan korean wave menjadi sesuatu yang mudah untuk diterima dan diserap. Tidak dapat dinafikan budaya Pop Korea adalah sebuah proyek globalisasi yang berusaha membangun citra positif Korea Selatan di mata Internasional sehingga menimbulkan ketertarikan dan keingintahuan lebih lanjut untuk mempelajari tentang kebudayaan Korea Selatan lebih dalam. Pencitraan memang menjadi faktor penentu suatu negara untuk mendapatkan kepercayaan dunia internasional. Adapun pengertian pencitraan menurut Aleksius Jemadu adalah:

“Upaya suatu bangsa untuk mendefinisikan dirinya baik kepada rakyatnya sendiri maupun dalam pergaulan internasional dengan menonjolkan keunggulan nilai-nilai budaya yang dimilikinya dengan tujuan untuk menciptakan pengaruh internasional yang sangat diperlukan untuk pencapaian tujuan politik luar negeri dan diplomasi secara umum”.

Tidak akan ada sebuah kekuasaan tanpa kekuatan dibaliknya. Berdasarkan data Bank of Korea pada 2011, nilai ekspor *hallyu* mencapai US\$794 juta. Tentu saja ada peran dan turut campur tangan negara di dalamnya sebagai aktor penentu

kebijakan. Dalam diplomasi kebudayaan akan selalu ada peran negara dalam sukseksi ekspansi kebudayaan negara tersebut, hal ini yang kemudian tertulis jelas dalam pengertian diplomasi kebudayaan menurut Prof. Tulus Warsito, guru besar studi hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

“Usaha suatu negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya, melalui dimensi kebudayaan, baik itu secara mikro, seperti pendidikan, olahraga, ilmu pengetahuan dan juga kesenian, ataupun secara makro seperti propaganda, dan lain-lain, yang dalam pengertian konvensional dapat dianggap sebagai bukan politik, ekonomi ataupun militer”.

Jalan Korea Selatan untuk memasuki dan menguasai peradaban manusia melalui diplomasi kebudayaan didukung sepenuhnya oleh berbagai elemen masyarakat Korea Selatan sebagai pembuktian diri. Jika pada akhirnya akan melibatkan aktor non-negara dalam proses diplomasi maka bisa disimpulkan bahwa proyek globalisasi ini cenderung bersifat *multi-track diplomacy*, adalah diplomasi multipelaku, yaitu dengan banyak cara dan jalur, tidak hanya mengandalkan aktor negara (Pemerintah) secara langsung akan tetapi dapat pula dilakukan oleh aktor non-negara, seperti pelaku bisnis industri musik K-pop hingga keterlibatan para selebritis ataupun masyarakat secara umum serta media dalam menjalankan soft diplomacy melalui K-pop di berbagai negara. Memang tidak bisa dipungkiri, hadirnya industri-industri besar di balik panggung kesuksesan Korea Selatan menjadi perpanjangan tangan pemerintah. Berbagai macam dukungan pemerintah mengenai keberhasilan ini dilakukan berbagai macam baik itu investasi besar-besaran dalam industri hiburan, promosi, maupun kebijakan pemerintah yang pro industrialisasi kebudayaan.

Berdasarkan “Cultural Industry White Paper 2003” yang diterbitkan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Korea Selatan, ukuran pasar industri budaya Korea diperkirakan sekitar \$ 350 miliar, yang merupakan 6,6% dari

GDP Korea. Jumlah orang yang diharapkan untuk terlibat dalam industri budaya di Korea ini berkembang pesat dan diperkirakan akan mencapai 200.000 orang pada tahun 2008, pada saat yang bersamaan diharapkan nilai barang yang diekspor budaya akan mencapai satu miliar dolar AS. Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, Lee Chang-dong, menyatakan bahwa Korea harus terlebih dahulu membangun infrastruktur budaya yang lebih kuat untuk mendapatkan bagian yang lebih besar dari \$ 1,4 Triliun di industri budaya global. Federasi Industri Korea juga menekankan perlunya bagi para pengusaha untuk terlibat dalam proyek bisnis kebudayaan tersebut.

Bahkan Norimitsu Onishi, seorang koresponden New York Times melaporkan bahwa sekitar 80 persen dari wisatawan Taiwan ke Korea Selatan memilih televisi bertema wisata, mengunjungi tempat-tempat di mana drama favorit mereka difilmkan (New York Times, 28 Juni 2005). Pada tanggal 9 Mei 2012 langkah bijak dilakukan pemerintah Korsel dalam memperbaiki sistem industri hiburan dalam negerinya dengan keturutsertaan pemerintah melalui Kementerian budaya, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan dalam kasus agensi entertainment palsu yang muncul, menipu para pemuda/i yang bermaksud mewujudkan mimpi mereka. Kementerian akan bekerja sama dengan Asosiasi Manajemen Entertainment Korea untuk membuat sebuah database yang berisikan informasi dasar agensi-agensi seperti jumlah staf dan public figure yang mereka kelola. Agensi-agensi harus memasukkan bukti yang membuktikan bahwa mereka memiliki aset yang cocok untuk menjalankan bisnis ini bersama dengan sebuah gedung kantor yang didaftarkan atas nama mereka.

Berdasarkan Laporan penelitian dari Samsung Economic Research Institute (2005) mengenai dampak ekonomi dari Korean Wave yang berjudul "The Korean Wave Sweeps the Globe," mengklasifikasikan laporan negara-negara yang mengimpor budaya pop Korea menjadi empat tahap, dalam hal pola mereka mengkonsumsi produk budaya Korea. Tahap pertama adalah hanya menikmati budaya pop Korea, dan ini

diterapkan di Mesir, Meksiko dan Rusia. Tahap kedua melibatkan membeli produk-produk terkait yang berkaitan dengan K-Pop dan K-Drama seperti poster, items-character, dan wisata yang pada umumnya terjadi di Jepang, Taiwan, dan Hong Kong. Tahap ketiga adalah tahap konsumsi segala produk "Made in Korea" yakni China dan Vietnam. Tahap akhir mencerminkan perkembangan preferensi umum untuk budaya Korea itu sendiri. Menurut laporan itu, tidak ada negara-negara yang termasuk dalam kategori ini. Laporan ini mendesak pengembangan tinggi "konten" kualitas dengan lebih memperhatikan "strategi pemasaran," seperti "pengembangan konten."

Bisa kita bayangkan Jika Korean Wave terus melonjak maka akan mencerminkan hubungan diplomatik yang mendukung logika kapitalis daripada penguatan kekuatan komunikatif masyarakat sipil untuk memberikan kemungkinan diversifikasi selera budaya massa. Hal ini tentu saja menjadi sebuah perlawanan keras terhadap etnosentrisme China dan nasionalisme Jepang yang selalu menjadi poros terdepan kemajuan Asia Timur. Saat ini, sulit untuk menggambarkan kritik keras terhadap Korean Wave, yang digembar-gemborkan sebagai "*The Beat of Victory*". Korean Wave bukan hanya sebuah fenomena domestik saja namun telah menjadi *the phenomenon of capitalism's rise in Asia* yang mengancam industri negara-negara tetangganya seperti China dan Jepang.