

BAB II

KOREA DAN TERCIPTANYA HALLYU

Republik Korea memiliki ciri khas khusus yang menarik dan berbeda dengan negara lain, keunikan Korea yang menarik untuk diteliti diantaranya adalah negara Korea merupakan suatu suku bangsa yang melestarikan sejarah dan leluhurnya, negara yang terbagi menjadi dua bagian dan masih mewarisi perang ideologi perang dingin, pertumbuhan ekonomi Korea berdasarkan kondisi yang stagnansi, kebudayaan yang tetap memiliki identitas dunia timur, letak geopolitik-strategis ditengah negara adikuasa, sifat kemasyarakatan yang murni dan lain sebagainya adalah merupakan contoh-contoh yang menarik di Korea. Keunikan dan keanekaragaman masyarakat Korea merupakan asset berharga buat negara Korea itu sendiri. Hallyu merupakan momentum tak terpisahkan dari perkembangan budaya Korea Selatan yang kemudian tersebar ke berbagai penjuru dunia termasuk Indonesia.

A. Budaya Korea dan Hallyu

1. Budaya Tradisional Korea

Budaya tradisional Korea diwarisi oleh rakyat Korea Selatan dan Korea Utara, walaupun keadaan politik yang berbeda telah menghasilkan banyak perbedaan dalam kebudayaan modern Korea. Sejak Korea berpisah pada tahun 1945, masing-masing negara membentuk budaya kontemporer yang

berlainan bentuk. Selama berabad-abad, Korea menjalin hubungan dengan Tiongkok. Dalam berbagai bidang, Korea dikenal dunia barat melalui pedagang-pedagang Arab yang pergi ke Tiongkok lewat jalur sutra.

Korea memiliki corak kebudayaan yang beragam yang berasal dari akar asli yang dibentuk dalam berbagai kesenian dan tarian. Budaya Tionghoa yang diimpor selama berabad-abad ikut berperan dalam membentuk sistem sosial dan norma berdasarkan Konfusianisme, Buddhisme dan Taoisme. Hasilnya adalah beragamnya bentuk manifestasi dan akulturasi antara budaya asli Korea dan Tiongkok yang unik. Dari sinilah Korea berperan penting dalam mentransfer budayanya yang maju ke Jepang.

Kebudayaan tradisonal Korea salah satunya adalah pakaiannya yang dinamai *Hanbok*. *Hanbok* dulunya biasa digunakan untuk kegiatan sehari-hari dan disesuaikan oleh status sosial yang mereka miliki. Namun, saat ini *Hanbok* hanya digunakan untuk acara-acara penting saja.

Budaya tradisional Korea yang lainnya adalah alat musik dan seni musiknya. Alat musik tradisonal Korea antara lain adalah :

- *Gayageum* yang kelihatan seperti alat kecapi di Indonesia, terbuat dari kayu dan dipasangkan 12 senar dari bahan nilon dan dimainkan dengan cara dipetik.
- *Haegum* adalah alat musik tradisional sejenis rebab dan dimainkan dengan cara digesek.

- *Janggu* adalah gendang tradisional Korea dimainkan dengan cara ditabuh dengan dua tongkat kecil.
- *Ajaeng* adalah alat musik terbuat dari kayu dengan 7 senar tebal terbuat dari sutra dipasang diatas badan kayu dan dimainkan dengan cara digesek.

Sedangkan untuk musik dan opera tradisional Korea antara lain adalah :

- *Sandaenori* adalah gabungan dari tari, lagu serta cerita yang diselingi dengan sindiran dan lawakan
- *Pansori* adalah opera tradisional Korea yang menampilkan seorang penyanyi dan penabuh gendang. Penyanyi menceritakan dan menyanyikan kisah-kisah tentang percintaan, kebajikan, kesetiaan dan berbagi nilai-nilai moral yang terangkum dalam 5 lagu pansori.
- *Jeong-ak* adalah musik istana yang khusus dimainkan di lingkungan bangsawan dan lingkungan kerajaan Korea pada zaman dahulu dan masih dimainkan sampai saat ini. Musik istana Korea biasanya dimainkan dalam bentuk orchestra atau solo serta memiliki tempo permainan yang bervariasi. Dari yang lamban, sedang sampai cepat. Masing-masing permainan musik tersusun atas repertoar-repertoar. Pada zaman dahulu, musik istana dimainkan pada saat upacara keagamaan, kenegaraan ataupun pesta-pesta dan perayaan besar yang dimeriahkan dengan tari-tarian.

- *Sanjo* adalah genre musik tradisional Korea yang dimainkan secara solo dengan memainkan alat musik yang diiringi ketukan dan ritme dari alat musik pengiring.

2. Terciptanya Hallyu

Terdapat sebuah fenomena baru dalam sejarah bangsa Korea di awal abad 21 yaitu fenomena *Hallyu*. Ini istilah buatan yang bermakna pengaruh budaya modern Korea di negara –negara lain yang merebak di Asia, termasuk di Indonesia. Bila dilihat lebih dalam, Indonesia pun ternyata juga tidak jauh berbeda dengan negara-negara Asia yang lain seperti Malaysia, China, Singapura, Taiwan, Thailand, Vietnam dan bahkan Jepang tentang besarnya pengaruh *Hallyu*. Tidak banyak yang menyangka kalau Korea akan berhasil “mengekspor” budaya pop-nya sebegitu besar dan gencar seperti halnya yang terjadi dengan budaya Jepang yang telah terlebih dahulu menyerbu Asia pada era 90-an.²⁰

Ekspansi budaya populer Korea telah meluas dan menyebabkan terjadinya budaya massa atau *mass culture*. Hal ini ditandai dengan merebaknya nuansa-nuansa budaya populer pop Korea atau *Hallyu* yang beredar di masyarakat. Film, musik, ataupun *fashion* merupakan bagian dari budaya populer yang mengakibatkan munculnya budaya massa yang ditandai dengan munculnya keseragaman baik budaya, produk, kesukaan dll. Jadi

²⁰ Seung-Yoon Yang, *Seputar Kebudayaan Korea*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1995, hal. 115.

muncul keseragaman di Korea dan negara lainnya yaitu hal-hal yang berkaitan dengan *Hallyu* atau hal-hal yang bernuansa budaya populer Korea menjadi suatu trend, misalnya *fashion*, *lifestyle* atau gaya hidup, dll. Fenomena seperti ini ada dalam film atau drama Korea. Maka, secara tidak langsung film atau drama Korea membawa muatan-muatan budaya populer Korea menyebar semakin luas ke negara-negara lain.

Korea yang semula menutup diri dari Jepang disebabkan trauma penjajahan selama 35 tahun, hal ini ditunjukkan selama hampir 50 tahun sejak Korea lepas dari pendudukan Jepang, pemerintah Korea menerapkan larangan masuknya budaya Jepang. Impor musik dan film Jepang atau apapun yang berbau Jepang telah lama mengalami kesulitan. Namun pada tahun 1998 pemerintah Korea Selatan mencabut larangan tersebut.

Akan tetapi hanya dalam waktu sekitar 2 tahun keadaan berubah drastis. Bila pada awal *millennium* budaya Jepang masih kental terasa di Korea, sekarang keadaan justru terbalik. Saat ini Korea telah berhasil menciptakan suatu budaya sendiri dan membuat negara-negara tetangganya terpengaruh oleh budaya pop Korea, tak terkecuali Jepang. Hal ini didukung dengan kemajuan perekonomian Korea yang gencar memasarkan produk-produk Korea di dunia termasuk Asia. Korea Selatan secara sadar atau tidak telah mulai “mengekspor” budaya modern kepada masyarakat di Asia dan dunia yang didahului dengan memperkenalkan produk-produk industri Korea. Situasi yang hampir mirip kini telah terjadi dengan Korea. Hal tersebut terjadi

seiring dengan stagnannya perekonomian Jepang, Korea semenjak keluar dari krisis moneter diakhir tahun 90-an lalu telah bisa dikatakan berhasil kembali ke jalur ekonomi yang 'mulus'.

Dalam hal perfilman, Korea juga mulai diperhitungkan pada awal abad ke 21 ini. Film-film Korea sejak tahun 1998 mulai menunjukkan tanda-tanda yang membaik dalam arti banyak orang Korea yang mulai menyukai film-film nasionalnya.²¹

Tabel berikut menunjukkan jumlah peminat di Korea terhadap penayangan film-film Korea :

Tabel 1.1

Jumlah Penonton Film di Korea

Tahun	Judul Film	Jumlah Penonton
1998	Titanic	4,7 juta orang
1998	Shiri	5,78 juta orang
2001	Jinku 'friend'	8 juta orang
2003	Simildo	>10 juta orang
2004	Taekukgi	.10 juta orang

Sumber : Djoko Suryo dkk, *Bangkitnya Korea Modern*, PSK UGM dan The Academy of Korean Studies, Yogyakarta, 2005. Hal: 117

Ditengah dunia perfilman yang dikuasai oleh *Hollywood* dan gelombang globalisasi yang membawa masyarakat untuk mengesampingkan kebudayaan asli dan dorongan untuk mengikuti kebudayaan dunia yang

²¹. Seung-Yoon Yang, *Seputar Kebudayaan Korea*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1995, Hal. 116

bersifat *universal*. Namun perfilman nasional Korea dengan segala kelebihan dan kekurangannya mampu menunjukkan eksistensinya di tengah masyarakat luas, dan mampu menjadi tuan rumah di negaranya sendiri. Sehingga film Korea menjadi salah satu pilihan hiburan dan kebanggaan bagi masyarakat Korea.

Perfilman Korea yang sedang *booming* di negeri sendiri telah menjadi semacam *prestise* dalam menaikkan gengsi negara Korea mengingat tidak banyak negara yang berhasil menaklukkan penetrasi kekuatan *Hollywood*. Perfilman Korea mulai diperhitungkan pada awal abad 21 ini, dari 10 film terlaris di Korea tahun 2001, 6 diantaranya adalah buatan lokal, sisanya baru buatan luar Korea termasuk produksi *Hollywood*. Bahkan rating 1 sampai 5 diduduki oleh film Korea. Film yang menjadi *box office* tahun 2001 adalah *Friend* yang ditonton lebih dari 2,5 juta orang.²² Hal ini menunjukkan pula bahwa film Korea telah mulai mampu bersaing dengan produk-produk raksasa perfilman dunia *Hollywood*.

Walaupun sudah bisa dikatakan mutu film-film Korea sudah sangat berkembang dan bisa bersaing dengan produk film *Hollywood*, film Korea menjadi salah satu pilihan hiburan masyarakat Korea. Peningkatan terhadap ketertarikan masyarakat akan film Korea menunjukkan peningkatan mutu-mutu film tersebut. Hal ini terbukti dengan beberapa kali mendapat

²² <http://www.tribhuanadevi.com>, dikutip dari artikel "Mengapa (tidak) menonton film Korea? Oleh Ratih Pratiwi Anwar, 16 September 2006, diakses pada 6 Maret 2012 pukul 22.10WIB

penghargaan film Internasional. Sekarang, hampir tidak ada festival film Internasional yang bisa mengabaikan eksistensi film Korea.

Dalam satu dekade terakhir, hampir setiap tahun selalu ada film sineas Korea meraih penghargaan dalam festival film Internasional. Bahkan sutradara senior yang berusia 60 tahun, Im Kwon Taek, masih eksis dan terus menggeliat, bernetamorfosis menjadi semacam Steven Spielberg-nya Asia yang baru bagi industri perfilman Asia. Ia masih mampu mendapat gelar sutradara dalam *Cannes Film Festival* 2002 di Perancis, berkat filmnya *Chihwaseon*. Bulan Februari 2004, sutradara Kim Ki Duk memenangkan penghargaan sutradara terbaik dalam *Berlin International Film Festival* lewat filmnya, *Samaritan Girl*. Giliran berikutnya diraih Park Chan Wook. Filmnya, *Old Boy* masuk unggulan film terbaik dan hanya kalah satu suara dari peraih *Pame d'Or* dalam *Cannes Film Festival* tahun 2004. Pada September 2004, Kim Ki Duk kembali menyentak perhatian publik lewat filmnya yang lain yaitu *Iron 3*, yang mengantarnya meraih penghargaan sutradara terbaik dalam *Venice International Film Festival*.²³

Berkembangnya film Korea telah ikut mengangkat nama Korea ke seluruh Asia dan bagian dunia lainnya. Fenomena merebaknya film-film dan sinetron-sinetron ini dimanfaatkan oleh Korea untuk melakukan kerjasama perdagangan ke negara-negara lain.

²³ <http://www.Suara Pembaruan Daily.com>, dikutip dari artikel "Lee Chang-Dong dan Renaisans Pefilman Korea" oleh Rachmat H Cahyo, diakses pada 6 Maret 2013 pukul 23.31 WIB

Dalam budaya kontemporer, Korea dikenal dengan tren *Korean Wave* yang dihasilkan menyebarnya popularitas budaya musik pop, film dan baru-baru ini tren video game dan B-boy Korea.

3. Musik Korea

Sementara itu, musik pop Korea pra-modern pertama kali muncul pada tahun 1930-an akibat masuknya musik pop Jepang yang juga turut memengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea. Penjajahan Jepang atas Korea juga membuat genre musik Korea tidak bisa berkembang dan hanya mengikuti perkembangan budaya pop Jepang pada saat itu. Pada tahun 1950-an dan 1960-an, pengaruh musik pop barat mulai masuk dengan banyaknya pertunjukkan musik yang diadakan oleh pangkalan militer Amerika Serikat di Korea Selatan. Musik Pop Korea (K-Pop) awalnya terbagi menjadi genre yang berbeda-beda, pertama adalah genre "oldies" yang dipengaruhi oleh musik barat dan populer di era 60-an. Pada tahun 1970-an, musik rock diperkenalkan dengan pionirnya adalah Cho Yong-pil. Genre lain yang cukup digemari adalah musik Trot yang dipengaruhi gaya musik enka dari Jepang.

Koreografi yang sekarang banyak diperagakan oleh group K-POP sudah diprediksi dalam catatan sejarah "Samgukji Wuiji Dongijeon". Disana ditemukan beberapa kalimat yang menunjukkan perkembangan musik era Joseon dimasa depan diantaranya:

- "*Namyeo Gunchuigamu*" yang artinya laki-laki dan perempuan berkumpul untuk menikmati musik dan tari.

- "*Sujocksangeung*" yang artinya menggerakkan lengan dan kaki beriringan.

- "*Dapjijeoang*" yang artinya gerakan berlari di tempat dengan kedua kaki.

Menurut Profesor Kim Hong Seok "variasi genre musik yang ada berasal dari Jangagwon di Joseon, dan ada genre tertentu dari musik sekarang yang bisa membawa kepada akar sumbernya" Dia menunjukkan beberapa gambar artefak yang menyerupai gerakan tarian beberapa group K-POP sekarang.

Musik pop Korea pra-modern muncul pertama kalinya akibat masuknya musik pop Jepang yang juga turut memengaruhi unsur-unsur awal musik pop di Korea. Penjajahan Jepang atas Korea juga membuat genre musik Korea tidak bisa berkembang dan hanya mengikuti perkembangan budaya pop Jepang pada saat itu.

Genre lain yang cukup digemari adalah musik Trot yang dipengaruhi gaya musik enka dari Jepang. Debut penampilan kelompok Seo Taiji and Boys di tahun 1992 menandakan awal mula musik pop modern di Korea yang memberi warna baru dengan aliran musik rap, rock, dan techno Amerika. Suksesnya grup Seo Taiji and Boys diikuti grup musik lain seperti Panic, dan

dibawakan oleh Baek Ji Young, KCM, SG Wannabe, dan sebagainya. Musik balada umumnya digemari karena sering dijadikan soundtrack drama-drama televisi terkenal seperti Winter Sonata, Sorry I Love You, Stairway to Heaven dan sebagainya. Dengan adanya fenomena film dan drama Korea ini, *Hallyu* telah menyebar ke Indonesia dan mendapat tempat tersendiri di hati para penggemarnya.

Namun siapa sangka ternyata musik K-POP ini sudah ada sejak jaman dinasti Joseon 600 tahun yang lalu.²⁴ Adalah seorang ahli sejarah Profesor Kim Hong Seok yang menjelaskan bahwa musik K-POP ini sudah ada sejak era Joseon berkuasa di Korea Selatan. Prof.Kim mengklaim menemukan beberapa fakta dari data-data dan artefak sejarah yang menghubungkan musik K-POP dengan Dinasti Joseon.Sejarah K-POP Dinasti Joseon.²⁵

Mulai akhir 1990-an terjadi peningkatan popularitas budaya kontemporer Korea. Istilah *Hanliu* diadopsi oleh media Cina setelah album musik pop Korea, HOT, dirilis di Cina. Serial drama TV Korea mulai diputar di Cina dan menyebar ke negara-negara lain seperti Hongkong, Vietnam, Thailand, Indonesia, Filipina, Jepang, Amerika Serikat, Amerika Latin dan Timur Tengah. Pada saat ini, *Hallyu* diikuti dengan banyaknya perhatian akan produk Korea Selatan, seperti masakan, barang *elektronik*, musik dan film.

²⁴<http://www.anneahira.com-perkembangan-k-pop-di-korea> diakses pada 18 Maret 2013

²⁵<http://www:sejarah-musik-k-pop-dan-perkembangan-k.html> diakses pada 18 Maret 2013 pukul 23.34 WIB.

Fenomena ini turut mempromosikan bahasa dan budaya Korea ke berbagai negara. Pemerintahan Korea sendiri sangat mendukung dan memiliki peran dalam mewabahnya *Hallyu*. 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.

Drama Korea merupakan penyebab dari mulainya *Hallyu* di berbagai negara. Warga Korea Selatan suka menonton drama dan film dan mendengar musik. Perusahaan TV Korea mengeluarkan biaya besar untuk memproduksi drama dan beberapa diantaranya yang mencetak kesuksesan, diekspor ke luar negeri. Drama televisi yang memicu *Hallyu* antara lain, *Winter Sonata*, *Dae Jang Geum*, *Stairway to Heaven*, *Beautiful Days* dan *Hotelier*. Fenomena ini turut mempromosikan bahasa Korea dan budaya Korea ke berbagai negara. Alur ceritanya yang kuat, genre yang bervariasi dan juga akting dari para pemeran yang dapat dengan mudah menangis secara natural menyebabkan banyak penduduk Asia yang melihat drama Korea menjadi terenyuh hatinya. Selain itu, cerita yang ditampilkan sesuai dengan budaya masyarakat Asia pada umumnya, Konsep mengenai cinta sejati, pengorbanan, dan konsep kehidupan lain yang tergambar dalam drama Korea tidak bertentangan terlalu jauh dengan konsep kehidupan yang ada pada masyarakat Asia pada

umumnya. Faktor-faktor tersebut menjadikan drama Korea lebih mengena bagi masyarakat Asia dibandingkan dengan drama dari Barat.

B. Peranan Pemerintah Korea Dalam Penyebaran Hallyu

Peran pemerintah Korea dalam meningkatkan dan menyebarkan budaya populer atau *Korean Wave* ke negara-negara luar sangatlah signifikan. Hal ini dilihat dari tahun 1998 dimana Presiden Korea saat itu yaitu Kim Dae Jung menyatakan bahwa salah satu tujuan pemerintahannya adalah untuk meningkatkan ekspor budaya Korea. Korea harus bisa menjadi negara yang tidak hanya dapat mengekspor hasil industri manufakturnya, tetapi juga memberikan sesuatu yang berbeda terhadap masyarakat Internasional yang dilakukan melalui aspek budaya. Dalam hal ini, drama seri Korea menjadi salah satu komoditas unggulan dalam pemasaran *Hallyu* ke negara-negara lain.²⁶

Kim Dae Jung juga mengatakan bahwa salah satu tujuan pemerintahannya adalah meningkatkan ekspor budaya Korea. Korea diharapkan tidak hanya mengekspor hasil industri kepada dunia, tetapi juga dapat memberikan hal lain yang tentunya juga dapat membuat Korea semakin diperhitungkan di dunia internasional, yaitu melalui produk budaya. Salah satu hal yang bisa dijadikan perbandingan adalah besarnya ekspor produk

²⁶ Nesya Amellita, *Kebudayaan Populer Korea: Hallyu dan Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: Universitas Indonesia), hlm.35-36

budaya Amerika ke segala penjuru dunia hanya dari sektor perfilman saja. Hal ini bisa dijadikan satu gambaran bahwa ekspor budaya juga bisa memberikan nilai yang besar bagi pendapatan suatu negara.

Pada awal milenium ini telah terbukti bahwa Korea akhirnya bisa juga mengeksport produk budayanya, produk budaya Korea ini telah berhasil mengemas nilai-nilai Asia yang dipasarkan dengan gaya modern. Di sini ada istilah yang dipakai oleh *Kim Song Hwan*, seorang pengelola sindikat siaran televisi Korea Selatan, yaitu *Asian Values-Hollywood Style*. Istilah ini mengacu pada cerita-cerita yang dikemas bernuansakan kehidupan orang Asia, namun pemasarannya memakai cara pemasaran internasional yang mengedepankan penjualan nama seorang bintang atau menjual style. Produk-produk perfilman Korea sering mengangkat tema sentral kehidupan nilai orang Asia, walaupun ceritanya bisa saja terjadi di setiap sudut dunia mana pun.

Pemerintah memutuskan untuk memberikan dukungan lebih banyak terhadap penyebaran pengaruh *Hallyu*, yang semakin memuncak dan meningkatkan jati diri bangsa. Pengaruh *Hallyu* ini dapat mempengaruhi pola hidup dan cara berfikir masyarakat diberbagai belahan dunia yang berhasil meningkatkan citra nasional. Dengan demikian menyebar luasnya pengaruh budaya *Hallyu*, akan memainkan peranan penting dalam meningkatkan jati diri bangsa.

Salah satu alasan yang mendorong pemerintah Korea untuk mengembangkan ekspor budaya Korea adalah krisis ekonomi yang terjadi di Asia pada tahun 1997 yang memberikan dampak terhadap industri budaya Korea dan juga usaha-usaha Korea secara nasional. Alasan ini mendorong pemerintah Korea untuk mengembangkan aspek *softpower* Korea terutama dalam bidang budaya Korea.

Berikut ini beberapa kebijakan yang diambil oleh pemerintah Korea untuk mendorong penyebaran Hallyu kepada masyarakat Internasional :

1. Membeli hak penyiaran drama-drama Korea.

Untuk mendorong ekspor penyiaran konten-konten Korea, pemerintah membeli hak penyiaran drama-drama Korea dan mendistribusikannya ke negara-negara lain tanpa mengedepankan biaya. Hal ini selain untuk meningkatkan perekonomian Korea, juga untuk memperkenalkan budaya-budaya Korea Selatan dengan harapan dapat meningkatkan citra Korea Selatan kepada masyarakat Internasional.²⁷

2. Kerjasama Dengan Aktor Swasta

Pemerintah tidak hanya bekerja sendiri dalam mendorong ekspor konten-konten budaya populer tersebut ke negara-negara lainnya. Pemerintah melibatkan para pengusaha yang merupakan aktor swasta dalam mendorong perkembangan industri perfilman Korea tersebut yang

²⁷ TyasHuybrechts, The Korean Wave, diakses dari [http://www.tyas.be/files/\[KCS-leuven\]paper-TyasHuybrechtd-film010708.pdf](http://www.tyas.be/files/[KCS-leuven]paper-TyasHuybrechtd-film010708.pdf), pada tanggal 4 Maret 2013 pukul 00.59

dilakukan berdasarkan *Motion Picture Promotion Law* pada tahun 1995. Kebijakan yang disahkan pada tahun 1995 tersebut menarik minat para pihak swasta, seperti Samsung, Daewoo, KIA dan juga Hyundai dalam mengembangkan perfilman Korea. Salah satunya adalah film yang berhasil menyebarkan budaya populer Korea yaitu film *Shiri* yang merupakan film Korea yang diproduksi oleh *Samsung Entertainment Group* yang dimiliki oleh Samsung. Film ini berhasil menarik pengunjung sebesar 8 juta penonton pada tahun 2001.²⁸

3. Kerjasama Dengan Aktor dan Aktris Hallyu

Pemerintah menggandeng beberapa selebriti yang terkenal melalui drama-drama Korea dan juga penyanyi Korea untuk mempromosikan dan memperkenalkan berbagai macam program tersebut ke masyarakat Internasional. Terdapat istilah baru yang dikenal baru-baru ini dalam menjelaskan cara kerja Korea tersebut yaitu *Asian Values-Hollywood Styles*, dimana dengan cerita-cerita yang dikemas dalam drama-drama dan film Korea yang bernuansakan kehidupan Asia, tetapi dipasarkan dengan memakai cara Internasional yang mengedepankan penjualan nama seorang

²⁸ Doobo Shim, *Preparing for the Post-Korean Wave Age*, diakses dari http://www.kiseas.org/zboard/data/month_speaker/shim,doc&ei diakses pada tanggal 5 Maret 2013 pukul 00.21

bintang sekaligus menjual *style* yang mengusung ke-khas-an budaya Korea.²⁹

4. Mendirikan KOCCA dan KOFIC

Pemerintah melalui departemen Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata berupaya untuk menciptakan Demam Hallyu yang kedua pada tahun 2010 dan untuk mendukung hal tersebut, maka dibentuk KOCCA dan KOFIC.

KOCCA (*Korean Creative Contest Agency*) adalah sebuah badan di bawah Kementerian Budaya, Olahraga dan Pariwisata Korea Selatan yang menangani ekonomi kreatif di negeri tersebut. Industri kreatif di Korea Selatan disebut sebagai industri konten yang meliputi penyiaran, periklanan, game, musik, komik dan sinetron. KOCCA merupakan jembatan bagi terwujudnya kerjasama animator Indonesia dan Korea Selatan. Badan ini mendukung pembuatan film, menyiapkan dana bagi sekolah perfilman, sekolah perfilman, membantu teknologi perfilman dan memiliki studi terbuka yang besar dan bisa disewakan.³⁰

Sedangkan KOFIC (*Korean Film Council*) adalah organisasi di bawah *Ministry of Culture, Sports and Tourism* yang bertugas mendukung film Korea serta mempromosikan film-film Korea ke seluruh dunia. Fasilitas dari KOFIC ini bisa dilakukan melalui produksi bersama (co-production)

²⁹ Nesya Amellita, *Kebudayaan Populer Korea: Hallyu dan Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: Universitas Indonesia), hlm. 37

³⁰ <http://www.antarajawabarat.com-badan-kreatif-korea-jajaki-buka-prwakilan-di-indonesia>. Diakses pada 22 Maret 2013 pukul 00.45 WIB

dan pagelaran festival film kedua negara. Sebagai langkah awal, Indonesia akan belajar meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) para pelaku kreatif di Indonesia.³¹

³¹ <http://www.bisnis.com/artikel/ekonomi/kreatif/mari/eika/minta/film/ri/tayang/di/korsel>.
Diakses pada 22 Maret 2013 pukul 01.01 WIB