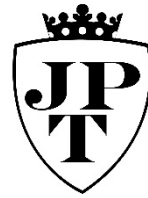


Dikumpulkan : 29 Januari 2019  
Diterima : 15 Agustus 2019  
DOI : <https://doi.org/10.22146/jpt.48837>



# **Hallyu dan Pengaruhnya pada Perkembangan Objek Wisata Tematik Korea Selatan**

**Yuni Wachid Asrori<sup>1</sup>, Supriadianto<sup>2</sup>**

**<sup>1</sup>Prodi DIII Bahasa Korea, Departemen Seni dan Manajemen Budaya, Sekolah Vokasi  
Universitas Gadjah Mada  
yuniwachid@ugm.ac.id**

**<sup>2</sup> Prodi DIII Bahasa Korea, Departemen Seni dan Manajemen Budaya, Sekolah Vokasi  
Universitas Gadjah Mada  
supriadianto84@ugm.ac.id**

## **Abstract**

Korean Pop phenomenon, Hallyu, affect to the development of various tourism objects in Seoul and South Korea in general. Hallyu as a new wave is popular among young generations, not only as an entertainment, but also as tourist attraction in South Korea. This phenomenon increased number of travelers to South Korea year by year. This descriptive research analyze qualitatively several tourism objects well known as shooting site of several popular Korean dramas where travelers may experience several things related to Korean dramas. There are not only K-Pop experiences that make Korean tourism popularity increasing rapidly, but also the government rules have also been paving the important way to promote and develop Korean tourism destinations

**Keywords:** K-Pop, Korea tourism, Hallyu, drama, young generation, tourism destinations

## I. PENDAHULUAN

Generasi milenial adalah istilah yang sering kita dengar akhir-akhir ini. Namun apa arti generasi milenial ini masih menjadi pembicaraan yang belum menemukan titik temunya. Namun, generasi milenial adalah generasi yang mendominasi saat ini dengan karakter memiliki pandangan terbuka, mudah menerima pandangan dan budaya lain, lebih demokratis dan memiliki wawasan luas. Hal yang mencolok dari generasi milenial ini adalah kegemarannya pada media sosial dan mengambil foto pada momen-momen tertentu. Nampaknya adanya generasi milenial ini dimanfaatkan dengan sungguh-sungguh oleh Korea untuk kemajuan bangsanya. Bagaimana tidak, cepatnya perkembangan Hallyu di Asia, bahkan di seluruh dunia, tidak lepas dari penerimaan Hallyu oleh generasi milenial.

Hallyu menjadi tren di antara generasi milenial dunia, termasuk di Indonesia. Berkat Hallyu pula, Korea semakin dikenal dunia bukan hanya sebagai negara yang masih dalam kondisi perang, bukan hanya sebagai satu-satunya bangsa yang terpisah akibat efek perang dingin dunia. Korea sekarang dikenal sebagai salah satu destinasi terpenting dunia. Banyak orang datang ke Korea dengan berbagai tujuan, mulai dari bisnis, pendidikan, dan pariwisata. Hallyu menciptakan efek yang sangat luar biasa bagi identitas bangsa Korea Selatan dan karena Hallyu pula, berbagai macam hal tentang Korea menjadi mendunia. Tidak salah apabila Samsung dan LG adalah brand elektronik terkenal di dunia yang berasal dari Korea Selatan. Tidak asing pula Hyundai dan KIA sebagai penantang serius merk-merk otomotif Jepang dan Eropa dalam level produksi dan penjualan otomotif dunia.

Pariwisata Korea Selatan juga meningkat pesat dengan meluasnya Hallyu di dunia. Drama, film dan video clip yang mengambil latar daerah-daerah di Korea kini menjadi destinasi wisata utama di Korea. Sebagai contoh, drama yang populer dengan judul *Winter Sonata* dalam beberapa adegannya mengambil tempat di Pulau Nami. Sekarang Pulau Nami menjadi destinasi wisata yang terkenal dan merupakan salah satu destinasi wajib bagi wisatawan asing yang berkunjung ke Seoul. Biasanya, kepopuleran objek wisata akan menurun seiring dengan berjalannya waktu. Namun setiap tahun, wisatawan asing yang datang ke Korea Selatan semakin meningkat karena masih banyak destinasi wisata yang berkembang di Korea karena Hallyu. Jenis-jenis wisata yang disajikan oleh Pemerintah Korea dan pemangku kepentingan disana juga semakin beragam.

Pada dasarnya, penelitian tentang kaitan antara *Hallyu* dan pariwisata Korea sudah dilakukan oleh banyak peneliti di dunia, terutama peneliti Korea Selatan dan pemerhati Korea dari luar Korea Selatan. Penelitian yang menjadi inspirasi ditulisnya penelitian ini adalah sebuah paper yang ditulis oleh Joo Hwan Seo dan Bumsoo Kim (2019) yang berjudul "*The Hallyu phenomenon: Utilizing tourism destination as product placement in K-POP Culture*". Penelitian tersebut membahas tentang kaitan antara Hallyu dan peningkatan kunjungan wisata ke Korea Selatan oleh turis-turis dari China, Taiwan, Jepang, Malaysia, Hongkong dan Vietnam. Penelitian tersebut menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa ada keterkaitan kuat antara merebaknya Hallyu ke seluruh dunia dengan tingkat kunjungan wisatawan asing ke Korea Selatan. Namun penelitian tersebut tidak

membahas lebih rinci tentang destinasi wisata di Korea Selatan yang terkenal karena terkait dengan Hallyu.

Penelitian lebih luas tentang Hallyu juga telah dilakukan oleh So Young Park (2010) yang berjudul *Transnational Adoption, "Hallyu", and the Politics of Korean Popular Culture*. Penelitian ini membahas tentang perspektif Korea terhadap permasalahan dengan Korea Utara dan penggalian identitas diri bangsa baik dari dalam diri orang Korea sendiri dan citra bangsa Korea di kancah internasional. Penelitian tersebut menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa Hallyu memiliki peranan penting dalam penguatan identitas bangsa Korea dan memperkuat posisi Korea Selatan di dunia internasional.

Penelitian yang lebih dekat dengan penelitian ini juga telah dilakukan oleh Jimmy Parc dan Hwy-Chang Moon (2013). Ia menulis artikel yang berjudul "Korean Dramas and Film: Key Factors for Their International Competitiveness". Artikel ini adalah sebuah penelitian yang mengintisarikan beberapa penelitian tentang Hallyu sebelumnya dan membandingkan beberapa faktor kemajuan Hallyu yang telah dipaparkan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kemajuan Hallyu bukan hanya karena satu atau dua faktor pendukung saja, namun oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Hallyu sangat berperan dalam peningkatan kualitas Korea, baik dalam bidang ekonomi maupun posisi Negara Korea Selatan di wilayah regional dan dunia. Namun penelitian-penelitian tersebut di atas tidak membahas secara spesifik tentang wisata tematik yang ada di Korea karena Hallyu. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas berbagai macam wisata

tematik di sekitar Seoul yang terkenal karena Hallyu.

## II. LANDASAN TEORI

Terkait dengan definisi pariwisata, hal ini dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang dan tidak memiliki batasan-batasan yang pasti. Para ahli pariwisata banyak yang mengungkapkan definisi pariwisata dari berbagai perspektif, namun dari berbagai definisi tersebut memiliki arti yang sama. Pariwisata adalah suatu proses kegiatan sementara dari seorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya (Supriadi dan Roedjinandari, 2017: 9)

Terdapat berbagai macam jenis-jenis wisata. Dalam buku yang berjudul *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata* yang ditulis oleh Bambang Supriadi dan Roedjinandari (2017) menyatakan bahwa pariwisata adalah sebuah multi dimensi yang memiliki dua variabel utama yaitu hubungan tujuan asal dan motivasi untuk melakukan perjalanan. Oleh karena itu dapat dijabarkan lagi menjadi beberapa jenis pariwisata, yaitu:

1. Pariwisata Internasional,
2. Pariwisata Domestik, dan
3. Pariwisata Nasional.

Penelitian tentang pariwisata di Korea Selatan merupakan objek penelitian yang sangat layak untuk di analisis. Hal ini disebabkan oleh tingkat kunjungan wisata yang selalu meningkat sejak tahun 2000, tahun dimana Hallyu mulai meraih kepopulerannya. Popularitas Hallyu meliputi drama, film dan musik yang mulai terkenal di dunia internasional sejak tahun 2000. Hal ini dimulai dengan *Firework* yang tayang pada tahun 2000, *Winter Sonata* yang tayang pada tahun 2002, *Dae Jang Geum* pada tahun 2003 dan sangat populer di Taiwan, China dan Jepang (Seo dan Kim, 2019: 1). Dalam perjalanan selanjutnya,

Drama Korea pun mulai menjadi primadona dunia. *Group band* Korea pun mulai memantapkan pengaruh dominasinya di dunia musik internasional. Setahun setelah kelahiran Calon, group musik 'HOT' memulai debutnya pada tahun 1998 bulan Mei. Puncaknya saat mereka mendapatkan penghargaan sebagai "The best pop dance group in Asia" pada penganugerahan MTV MMH (Mandarin Music Honors) pada tahun 2002 (Tudor, 2012: 209). Hal ini bukan hanya berakibat pada pesatnya pertumbuhan "Koreanisasi" di dunia internasional tetapi juga meningkatnya kunjungan-kunjungan pelancong mancanegara ke negeri Korea dan menjadikan Korea sebagai sebuah destinasi wisata bagi pecinta K-Pop (Seo dan Kim, 2019: 2)

Jika meneliti kembali tentang hal tersebut diatas, ada satu faktor kuat terkait berkembangnya pariwisata Korea Selatan melalui Hallyu, yaitu *branding*. *Branding* ini sudah dikenal sejak lama sebagai faktor yang paling ampuh dalam kepopuleran sebuah destinasi wisata. Sebagai contoh, Paris dikenal sebagai tempat yang romantis dan kekinian, sedangkan Afrika Selatan dijelaskan sebagai sebuah tempat yang liar dan keras (Kim dan Lehto, 2013: 117).

Citra sebuah objek wisata bisa dipahami dari 2 perspektif, yaitu citra yang ditunjukkan oleh promosi wisata itu sendiri melalui berita dan informasi dari berbagai media terkait destinasi wisata tersebut, sedangkan perspektif yang kedua, kesan yang didapatkan oleh wisatawan. Kesan tersebut didapatkan secara tidak langsung melalui informasi wisata dan secara langsung dengan mengunjungi destinasi wisata tersebut (Kim dan Lehto, 2013: 120). Hallyu dapat dianggap sangat efektif dalam mempromosikan *branding* objek wisata Korea Selatan karena berperan dalam

kedua perspektif diatas. Citra objek wisata ditampilkan dalam drama atau film sebagai latar, sehingga secara tidak langsung memberikan informasi tentang suatu objek wisata di Korea Selatan.

Korea Selatan mengembangkan pariwisatanya dengan sangat bagus. Dukungan pemerintah yang sangat kuat terhadap pariwisata Korea diwujudkan dengan berbagai hal. Pemerintah sadar betul bahwa untuk menarik perhatian wisatawan, infrastuktur menjadi modal utama. Oleh karena itu, pemerintah Korea Selatan membangun berbagai jalan tol dan berbagai rute kereta api yang terpusat dari Stasiun Seoul di kota Seoul. Pembangunan jalan tol di Korea dimulai dengan dibangunnya jalur Tongyeong-Daejeon Jungbu Expressway yang dimulai pada tahun 1985 dan baru selesai pada tahun 2005. Jalan tol ini menghubungkan kota Seoul dengan Daejeon (salah satu dari empat tujuan wisata utama Korea) dan kemudian menghubungkan hingga Tongyeong di pinggir pantai selatan Korea, dan masih banyak lagi berbagai macam pembangunan infrastruktur di Korea Selatan (Kang, Kim dan Nicholls, 2014: 800)

### III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yang menekan pada penelitian non angka pada data penelitian yang berupa referensi dari buku, jurnal, koran dan artikel. Metode penelitian ini juga disebut sebagai *literature review* (Raco, 2010: 18). Berikut beberapa langkah yang dilakukan:

#### 1. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini pengumpulan data akan dilakukan dengan melakukan studi pustaka dengan cara mengumpulkan data dari jurnal, koran, buku dan artikel. Metode observasi juga dilakukan untuk

mempertajam penelitian dan menunjukkan objek wisata yang valid. Observasi dilakukan selama 2 minggu pada bulan April 2018 di Seoul dan sekitarnya.

## 2. Metode Analisis Data

Analisis data dapat dilakukan setelah pengumpulan data. Data yang sudah terkumpul akan dianalisis untuk menemukan jawaban atas hipotesis yang telah dibuat. Adapun hipotesis yang terkait dengan penelitian ini adalah bahwa K-Pop berperan besar dalam tumbuh berkembangnya variasi wisata tematik yang ada di Korea Selatan.

## 3. Metode Penyajian Data

Penelitian ini disajikan dalam bentuk tulisan naratif yang disertai fakta-fakta yang menjadi data penelitian ini. Hasil penelitian ini ditulis secara runut berdasarkan data penelitian yang didapat dan disusun secara sistematis.

## IV. PEMBAHASAN

Jenis wisata yang ada di Korea dapat digolongkan menjadi jenis wisata populer. Sebagian besar objek wisata Korea terkenal karena terkait dengan K-Pop. Wisatawan biasanya datang ke objek wisata dengan tujuan ingin melihat secara langsung tempat yang menjadi lokasi syuting film atau drama Korea, objek wisata yang menjadi tempat berkesan bagi artis K-Pop yang diidolakan, hingga cafe-cafe atau tempat hiburan yang dimiliki oleh artis K-Pop.

### Tempat Wisata yang Menjadi Tempat Syuting Drama Korea

*Petite France* adalah sebuah tempat wisata yang berada di daerah *Gapyeong, Gyeonggi-Do*, Korea Selatan. *Gapyeong* sendiri merupakan destinasi wisata yang baru terkenal. Disana terdapat *Nami Island, Petite France, The Garden of Morning Calm (아침고요수목원), Edelweiss Swiss*

*Theme Park, Gapyeong Rail Park* dan lain sebagainya. *Nami Island* merupakan tempat pertama yang terkenal dengan patung romantis yang merepresentasikan sebuah adegan pada drama *Winter Sonata*. Pemerintah Korea memiliki strategi khusus untuk membuat para wisatawan untuk berkunjung tidak hanya ke *Nami Island* saja, namun ke *Petite France, The Garden of Morning Calm (아침고요수목원)* dan tempat wisata lainnya. Dibukanya *Cheongchun Train Line* semakin memudahkan wisatawan yang akan mengunjungi *Gapyeong* pada umumnya dan *Nami Island*. Wisatawan juga semakin dimudahkan dengan tersedianya *shuttle bus* berbayar yang memiliki rute dari Stasiun *Gapyeong* ke objek-objek wisata tersebut diatas dengan jadwal kedatangan bus sudah ditempel dimanamana dan pemandu wisata dalam bus pun selalu menginformasikan jam kedatangan bus berikutnya. Hal ini menjadi sangat menarik karena wisatawan mampu merencanakan sendiri berapa lama mereka mengunjungi tempat-tempat tersebut sesuai dengan jadwal *shuttle bus* yang tersedia.

*Petite France* sendiri adalah sebuah kompleks yang memiliki nuansa Perancis pada setiap arsitektur dan barang-barang yang ada di dalamnya. *Petite France* ini berada tidak jauh dari *Nami Island*, sebuah “pulau” kecil yang sangat terkenal karena menjadi lokasi syuting *Winter Sonata*. Sama halnya dengan *Nami Island, Petite France* terkenal karena menjadi lokasi syuting drama seri *My Love From Another Star*, drama *Secret Garden* dan *reality show Running Man*. Wisatawan yang datang ke *Petite France* ini biasanya berjalan-jalan sambil mengambil foto di spot yang menjadi latar adegan drama.



**Gambar 1. Lokasi syuting drama di Petite France**  
(Sumber: Koleksi Pribadi, 2018)



**Gambar 2: Poster drama yang pernah syuting di Petite France**  
(Sumber: Koleksi Pribadi, 2018)

Objek wisata yang belum lama ini terkenal adalah *Pocheon Art Valley*. Objek wisata ini berada di Kota *Pocheon*, *Gyeonggi-Do*, Korea Selatan. *Pocheon Art Valley* ini menjadi lokasi syuting drama *Moon Lover*, drama *Scarlet Heart Ryeo* dan *Legend of The Blue Sea*. Sebelum digunakan sebagai lokasi syuting film, tidak banyak orang yang tahu tentang *Pocheon Art Valley* ini. Sarana transportasi dari Seoul menuju ke kota *Pocheon* juga tidak semudah dari Seoul ke kota *Gapyeong*. Wisatawan yang ingin menuju ke *Pocheon* harus naik bus dan tidak banyak papan informasi yang

menunjukkan keberadaan objek wisata tersebut. Namun setelah sampai ke *Pocheon Art Valley* ini, pengunjung akan merasa berada di suasana zaman dahulu karena keasrian objek wisata ini. Kesulitan dan jauhnya perjalanan dapat terganti dengan indahanya tebing dan danau yang ada di *Pocheon Art Valley* ini. Wisatawan biasanya mengambil foto di lokasi syuting drama tersebut



**Gambar 3: Salah satu lokasi syuting di Pocheon Art Valley**  
(Sumber: Koleksi Pribadi, 2018)

*Nami Island*, bagi pecinta K-Pop, *Nami Island* adalah salah satu objek wisata yang tidak akan terlewat. Sebuah pulau kecil di tengah sungai yang menjadi lokasi syuting *Winter Sonata*. Wisatawan yang mengunjungi *Nami Island* akan disambut dengan sebuah konter pembelian tiket masuk yang dibentuk seperti kantor imigrasi. Hal ini dimaksudkan supaya pengunjung merasa bahwa mereka akan segera memasuki sebuah negara baru, negara yang berbeda dari Korea. Oleh karena itu, nama lain *Nami Island* adalah *Naminara* yang berarti negara Nami.

Untuk mempertegas kesan “pulau” yang berbeda dengan Korea, pengunjung akan dibawa naik perahu untuk menyeberangi sungai menuju ke *Nami Island*. Pada saat turun dari perahu, kesan yang berbeda pun langsung dirasakan oleh para wisatawan. Wisatawan dapat berjalan-jalan di sekitar

*Nami Island* sambil berfoto-foto dengan binatang-binatang yang menjadi penghuni *Nami Island*. Pada saat bunga *cherry blossom* (dalam bahasa Korea disebut 벚꽃) mekar, pengunjung juga dimanjakan dengan indahnya bunga tersebut. Seakan tidak ada habisnya spot foto di *Nami Island*, pengunjung juga dapat berfoto di sebuah patung ikonik drama *Winter Sonata*. Patung tersebut adalah patung Bae Yong Joon dan Choi Jin Woo yang menjadi pemeran utama drama tersebut.



**Gambar 4: Patung Winter Sonata di Nami Island**  
(Sumber: Koleksi Pribadi, 2018)

*Bukchon Hanok Village* adalah sebuah kompleks desa yang memiliki bangunan-bangunan khas Korea. Rumah yang ada daerah tersebut memiliki arsitektur tradisional Korea. Tidak heran banyak wisatawan asing yang berjalan-jalan di desa tersebut sambil mengambil foto diantara bangunan-bangunan tradisional Korea. *Bukchon Hanok Village* berada di dekat wisata terkenal di jantung kota Seoul, yaitu *Kyeongbokgung Palace*, *Changdokgung*

*Palace* dan *Jongmyo Shrine*. Oleh karena itu, wisatawan yang mengunjungi tempat ini harus memakai sepatu yang nyaman untuk jalan-jalan karena tempat-tempat tersebut diatas memiliki ciri khas tersendiri dan sangat sayang untuk dilewatkan. *Bukchon Hanok Village* terkenal karena menjadi lokasi syuting drama *Personal Taste*. Drama ini sangat terkenal di tahun 2010 karena diperankan oleh Lee Min Ho dan drama ini pertama kali tayang di stasiun TV MBC Korea. Oleh karena itu, banyak wisatawan yang mendatangi *Bukchon Hanok Village* ini hanya sekedar berfoto di lokasi syuting drama tersebut.



**Gambar 5: Salah satu gang di Bukcheon Hanok Village**  
(Sumber: Koleksi Pribadi, 2018)

Bangunan ikonik di Seoul ini bernama *N Seoul Tower*. *N Seoul Tower* ini didirikan untuk memancarkan siaran radio ke wilayah Seoul dan sekitarnya. Pada perkembangan selanjutnya, *N Seoul Tower* ini dibuka untuk umum dan menjadi lokasi syuting drama *Boys Over Flower* dan *My Love From The Star*. Hal ini menjadi pemicu banyaknya orang yang berkunjung ke *N Seoul Tower*. *N*

Seoul Tower berada di puncak gunung dan tentu akan melelahkan apabila berjalan kaki menuju ke N Seoul Tower ini. Namun, wisatawan yang ingin berkunjung kesana pasti akan terkesan dengan kereta gantung yang menuju ke N Seoul Tower tersebut. Apabila pengunjung tidak ingin naik kereta gantung, pengunjung bisa memilih moda transportasi bus yang banyak tersedia di sana. Namun, apabila pengunjung ingin berwisata sambil berolahraga, ada jalan yang memang dibangun khusus untuk para wisatawan yang ingin berjalan kaki menuju N Seoul Tower.



**Gambar 6: N Seoul Tower**  
(Sumber: Koleksi Pribadi, 2018)

Daya tarik N Seoul Tower ini salah satunya adalah bangunan yang berada di puncak gunung, sehingga pengunjung dapat melihat pemandangan Seoul dengan gedung-gedung bertingkatnya. Di N Seoul Tower tersebut, pengunjung bisa mengirim surat ke tujuan yang diinginkan dengan membeli kertas surat dan perangko di N Seoul Tower tersebut. Selain itu, pengunjung juga dapat memasang gembok cinta yang ada di N Seoul Tower tersebut.

### **Tempat Menarik Lain di Korea yang terkait dengan K-Pop**

*AND Here Cafe* adalah sebuah cafe yang berada di daerah *Jongno-Gu, Seoul*. Cafe ini menyajikan berbagai makanan dan minuman yang dapat dinikmati oleh para pengunjungnya. Cafe ini memiliki ruang yang lapang sehingga sangat nyaman untuk dijadikan tempat bersantai bersama teman-teman. Hal yang unik dari cafe ini adalah pengunjungnya sebagian besar adalah fans dari anggota groupband *Bigbang* yaitu *Seungri*. Memang cafe ini menarik banyak pengunjung karena dimiliki oleh ibunya *Seungri*. Pengunjung juga dapat membeli berbagai pernak pernik yang terkait dengan *Seungri*. Hal ini tentu menjadi satu promosi yang menarik bagi sebuah cafe yang terkait dengan K-Pop.



**Gambar 7: AND Here Cafe**  
(Sumber: [koptourguide.wordpress.com](http://koptourguide.wordpress.com), 2018)

Hallyu K Star Road berada di *Gangnam Gu, Seoul*. Tentu tidak asing pada saat menyebut *Gangnam*. *Gangnam* sangat familiar bagi pecinta K-Pop karena di *Gangnam* inilah, banyak kantor-kantor agensi artis ternama Korea. *SM Entertainment* dan *YG Entertainment* adalah beberapa diantara agensi yang menaungi artis-artis terkenal Korea. *Hallyu K Star Road* menyajikan berbagai boneka-boneka K-Pop idol yang merepresentasikan girlband dan boyband dari agensi yang berkantor di area *Gangnam*. Daerah ini juga banyak



dikunjungi oleh wisatawan asing dan berfoto dengan boneka idolanya.



**Gambar 8: Salah satu sudut di Hallyu K-Pop Road**  
(Sumber: <https://english.visitkorea.or.kr>, 2018)

### Analisis

K-Pop adalah fenomena dunia yang berasal dari Korea Selatan. K-Pop bisa dimasukkan dalam kategori industri kreatif. Industri kreatif ini ternyata memberikan dampak yang sangat luas terhadap kemajuan Korea dimasa modern ini. K-Pop adalah komoditi baru bagi Korea Selatan yang sangat menguntungkan. Bagaimana tidak, sebagian negara-negara di Asia masih mengandalkan hasil alam yang tentu akan habis pada suatu saat nanti, namun Korea Selatan, dengan keterbatasan alamnya justru mampu mengambil keuntungan dari generasi milenial sekarang ini. Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang diuntungkan dari maraknya K-Pop yang mendunia. Banyak objek wisata baru yang muncul karena menjadi lokasi syuting drama Korea.

Namun, K-Pop tidak bisa dijadikan faktor tunggal majunya sektor pariwisata Korea. Pemerintah Korea juga memainkan peranan penting dalam memajukan sektor pariwisata Korea. Pemerintah Korea Selatan agaknya

melihat peluang karakter generasi milenial dengan memanfaatkan K-Pop untuk menarik generasi milenial datang berkunjung ke Korea Selatan. Lokasi syuting drama diberitakan dengan masif dan pemerintah Korea menyediakan sarana transportasi yang mudah dijangkau oleh wisatawan asing yang mungkin tidak bisa berbahasa Korea. Hal ini dapat dilihat pada kota Gapyeong yang memiliki Chungcheon Line sebagai sarana transportasi yang menghubungkan Seoul dan Gapyeong. Kereta api dan MRT menjadi sarana transportasi yang paling penting di Seoul sehingga wisatawan dengan mudah dapat menuju berbagai destinasi wisata di Seoul. Chungcheon Line sebagai penghubung Seoul dan provinsi yang ada disekitarnya membuat akses keluar kota menjadi semakin mudah. Paket wisata yang disediakan juga sangat menarik dan mempermudah wisatawan untuk mengunjungi tidak hanya Nami Island saja, tapi objek wisata lain di sekitar Gapyeong juga tidak sepi pengunjung. Imbasnya, wisatawan yang datang ke Gapyeong menjadi semakin banyak.

Lain halnya dengan Pocheon, walaupun sama-sama berada di Gyeonggi-Do, namun jumlah wisatawan yang datang ke Pocheon lebih sedikit daripada Gapyeong. Hal ini disebabkan akses menuju ke Pocheon jauh lebih sulit daripada Gapyeong karena hanya moda transportasi bus saja yang bisa digunakan menuju Pocheon. Padahal, potensi alam yang ada di Pocheon tidak kalah menarik. Namun tentu pemerintah Korea sudah mempersiapkan berbagai macam alternatif supaya wisatawan asing dapat dengan mudah berkunjung ke Pocheon.

Kesan berwisata bagi wisatawan yang berkunjung ke Korea juga sangat diperhatikan oleh pelaku wisata di sana.

Dapat kita lihat dari Nami Island, bagaimana kesan sebuah pulau yang seakan-akan berada di luar negeri diwujudkan dengan konter tiket masuk yang memiliki suasana seperti di kantor imigrasi. Transportasi yang membawa wisatawan berupa perahu semakin mempertegas konsep Island yang menjadi nama Nami Island. Bagi pecinta K-Pop, Hallyu K-Pop Road adalah sebuah surga bagi mereka. Mereka bisa berfoto dengan boneka idol kesayangan sambil menikmati berbagai macam suasana glamor yang menjadi ciri khas Gangnam. Hal ini membuat pecinta K-Pop seakan mengalami sendiri euforia menjadi seorang idol. Kesan-kesan seperti ini yang membuat wisatawan tidak pernah bosan untuk kembali lagi ke Korea Selatan.

## V. KESIMPULAN

Objek wisata di Korea Selatan berkembang pesat dengan adanya K-Pop. Kesuksesan ini dapat terjadi berkat dukungan dari berbagai pihak di Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan melaksanakan kewajibannya untuk mempersiapkan infrastruktur yang baik untuk mendukung transportasi wisata, dan Hallyu dan dunia hiburan di dalamnya melakukan penetrasi budaya supaya *branding* Korea Selatan di mata dunia menjadi semakin kuat. Hal ini terbukti dengan banyaknya tempat wisata populer muncul setelah tempat tersebut menjadi lokasi syuting drama Korea.

Hallyu dan pemerintah Korea Selatan sepertinya sangat memahami bagaimana karakteristik generasi milenial sehingga sinergi yang bagus dapat menghasilkan banyak destinasi wisata baru di Korea Selatan dan destinasi wisata tersebut dapat dijangkau dengan mudah oleh transportasi umum dan pada akhirnya

banyak pengunjung yang datang ke destinasi wisata tersebut.

Tentu saja tren ini sangat unik karena biasanya suatu objek wisata dapat menjadi objek wisata terkenal apabila memiliki pemandangan yang indah, memiliki alam yang asri dan memiliki keunikan sendiri. Namun tempat wisata tersebut di atas terkenal karena adanya jejak-jejak K-Pop disana. K-Pop telah menjadi motor penggerak variasi wisata yang ada di Korea Selatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kang, Sanghoon, Jinwon Kim, dan Sarah Nicholls. (2014). "National Tourism Policy and Spatial Patterns of Domestic Tourism in South Korea" dalam *Journal of Travel Research* 2014 Vol. 53(6)791-804  
Sagepub.com/journals-permissions.nav  
DOI: 10.1177/0047287514522875
- Kim, Soyeon dan Xinran Y. Lehto. (2013). "Projected and Percieved Destination Brand Personalities: The Case of South Korea" dipublikasikan dalam *Jurnal of Travel Research*  
sagepub.com/journalsPermission.nav  
DOI:10.1177/0047287512457259
- Parc, Jimmyn and Hwy-Chang Moon. (2013). Korean Dramas and Films: Key Factors for Their International Competitiveness dalam *Asian Journal of Social Sciences*. Vol 41 No. 2, pp 126-149  
<https://www.jstor.org/stable/23654888>
- Park, So Young. (2010). Transnational Adoption, "Hallyu", And The Politics of Korean Popular Culture dalam *Biography* Vol.33 No.1, Personal Narrative and Political Discourse. University of Hawaii

Press.

<https://www.jstor.org/stable/23541053>

- Raco, Dr. R.J.. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif. Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Seo, Joo Hwan dan Bumsoo Kim. (2019). "The Hallyu phenomenon: Utilizing tourism destination as product placement in K-POP culture" dalam *Jurnal Tourism Economics*  
Sagepub.com/journals-permissions  
DOI: 10.1177/1354816619837111
- Supriadi, Bambang dan Nanny Roedjinandari. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Malang: UNM
- Tudor, Daniel. (2012). *Korea The Impossible Country*. Singapore: Tuttle Publishing