

INTISARI

Hallyu—k-pop dan *k-drama* merupakan fenomena transglobal dari budaya populer Korea Selatan. Di Indonesia, peminat *hallyu*, secara khusus *k-drama* telah muncul sejak awal tahun 2000-an dan terus berkembang sampai dengan saat ini. Perkembangan peminat yang masif dari *k-drama* berbanding lurus dengan meningkatnya kunjungan wisatawan Indonesia ke Korea secara kontinu. Hal tersebut melatarbelakangi tujuan dari penelitian ini, yakni mengetahui bagaimana terbentuknya motivasi kunjungan wisatawan Indonesia ke Korea pada audiens *k-drama* yang merupakan kalangan usia dewasa muda.

Pada penelitian ini, teori yang digunakan adalah efek media dan motivasi wisatawan. Penggunaan teori tersebut ditujukan untuk mengetahui proses terbentuknya motivasi berwisata dari informan dan peran *k-drama* dalam hal tersebut. Selanjutnya, terdapat enam informan yang diwawancarai sebagai audiens *k-drama* sekaligus wisatawan dan calon wisatawan Indonesia ke Korea. Hasil wawancara tersebut dianalisis dengan metode induktif dimana peneliti menginterpretasikan dan menguraikan data yang telah didapatkan.

Penemuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat peran penting dari konten *k-drama* terhadap motivasi seseorang untuk berwisata ke Korea. Kesimpulan tersebut didapatkan oleh peneliti berdasarkan pengetahuan dan persepsi informan tentang Korea serta kegiatan wisata yang menjadi aspirasi ketika mengunjungi negara tersebut. Sebagai tambahan, hal tersebut juga menunjukkan bahwa *k-drama* sebagai media merupakan metode promosi pariwisata yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan—secara global ke Korea.

Kata kunci: *k-drama*, efek media, motivasi wisatawan.

ABSTRACT

Hallyu—*k-pop* and *k-drama* are a transglobal phenomenon of Korean pop culture. In Indonesia, *hallyu* fans, specifically *k-drama* had appeared since the early 2000s and are growing rapidly up till the present time. There is a continuously rising number of Indonesian tourists to Korea alongside the massive growth of *k-drama* audiences. Based on this information, the goal of this research is to find out the formation of Indonesian tourists' motivations to visit Korea among the *k-drama* audiences, which are young adults.

Media effect and tourists' motivation are the theories that are used as a tool to understand the formation mentioned above. Furthermore, there are six interviewees in this research. Their roles in this research is as the *k-drama* audiences and also as tourists or prospective tourists to visit Korea. The collected information is analyzed and elaborated by using the inductive method.

As for the result, it shows that the contents on *k-drama* take an important role towards tourists' motivations to visit Korea. This conclusion is based on the knowledge and perceptions of audiences about Korea also the potential activities which attract interviewees to do assuming that they visit the country. In addition, the result also shows that *k-drama* as a media is an effective tourism promotion alternative to boost the number of visits to Korea—globally.

Keywords: *k-drama*, media effect, tourists' motivation



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Fenomena Hallyu: K-Drama dan Motivasi Wisatawan Indonesia ke Korea Selatan

AVIVAH APRIANY, Dr. Suzie Handajani, M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>