

ABSTRACT

Hallyu (Korean Wave) phenomenon has begun to spread to almost all over of the world. Korean Wave is Korean popular culture, which includes film / drama series (K-Drama), songs (K-Pop), fashion and culinary. The result is an increase in "familiarity" with Korea and an increase in Korean brand awareness among international consumers, thus having a positive impact on the South Korean economy. Not only the manufacturing sector gain the impact of this phenomenon, but the tourism sector has also been affected by the increase in the number of foreign tourist visits to South Korea. The rapid increase in tourists arrival is possible because the positive South Korean country image built through Korean popular culture has a significant impact and Korean drama is one of the biggest motivations for tourists to visit South Korea with the theme of the Hallyu Trip. Therefore, this study seeks to reveal how the influence of Korean dramas that visualize South Korea can affect the country image and intention to visit South Korea.

The sampling technique used in this study is a nonprobability sampling approach. The type of nonprobability sampling approach used in this study was purposive sampling. Then proceed with snowball sampling so that sampling can be more precise, fast, and effective according to the criteria. The results of this study indicate that there is a positive relationship between Korean Drama, Country Image and Visit Intention.

Keywords: korean drama, country image, intention to visit

INTISARI

Fenomena Hallyu (*Korean Wave*) telah mulai menyebar ke hampir seluruh penjuru dunia. Korean Wave merupakan budaya populer Korea yang di dalamnya terdapat komponen film/serial drama (K-Drama), lagu (K-Pop), fashion dan kuliner. Hasilnya terjadi peningkatan “keakraban” dengan Korea dan meningkatnya kesadaran merek Korea di antara konsumen internasional sehingga mampu memberikan dampak yang positif bagi perekonomian Korea Selatan. Tidak hanya sektor manufaktur yang merasakan dampak dari fenomena ini, namun sektor pariwisata pun ikut terdampak dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan asing ke Korea Selatan. Peningkatan wisatawan yang sangat pesat dimungkinkan karena *country image* Korea Selatan positif yang dibangun lewat budaya populer Korea mempunyai dampak yang signifikan dan drama Korea menjadi salah satu motivasi terbesar wisatawan untuk mengunjungi Korea Selatan dengan tema perjalanan *Hallyu Trip*. Oleh karena itu penelitian ini berusaha mengungkapkan bagaimana pengaruh drama korea yang memvisualisasikan Korea Selatan dapat berpengaruh kepada *country image* dan niat berkunjung ke Korea Selatan.

Teknik Pengambilan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *nonprobability sampling*. Jenis pendekatan *nonprobability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. Kemudian dilanjutkan dengan *snowball sampling* agar pengambilan sampel dapat lebih tepat, cepat, dan efektif sesuai dengan kriteria. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Drama Korea, *Country Image* dan Niat Kunjungan.

Kata Kunci: drama korea, *country image*, niat kunjungan