



인도네시아

인도네시아 내 한류 발전 현황과 파급 효과

마닐라사무소

■ 현황

- 인도네시아 내 한국 드라마, 음악, 음식, 패션 등 한국 문화를 전파하는 요소들의 증가로 한류가 강세를 보임
 - 2003년 대장금(현지어 제목: Jewel in the Palace Drama)을 시초로 한류의 발전이 시작되었음
 - 2003년 전후로 일본 및 대만 드라마가 인기를 끌었으나, 대장금을 필두로 한국 드라마가 인기를 선점하기 시작함
 - 이후, 겨울연가, 가을동화를 통해 인도네시아 관객을 사로잡는 데 성공하였으며, 인도네시아 방송사 Indosiar가 한국 드라마를 방영하기 시작함
 - 풀하우스(2004년), 꽃을 든 남자(2009년)를 통해 인도네시아 내 한류 입지를 굳히는 데 성공하였으며, 이로 인해 한류의 다른 장르들의 성공적 인도네시아 진입에 밑거름이 됨
 - 인기를 얻고 있는 한류를 보여주는 예로, 한국관광공사에 따르면, 한국을 방문한 인도네시아 관광객은 2008년 80,000명에 그쳤으나, 2017년에는 230,000명으로 거의 3배나 증가함



■ 주요 내용

- 한국 드라마를 방영하는 케이블 TV 방송사들의 인도네시아 진입으로 한국 드라마 시청이 더 용이해지고, 한국 영화를 전문적으로 관람할 수 있는 영화관 (CGV(구 Blitz Megaplex 인도네시아 영화관))이 등장함
 - Trans TV와 같은 인도네시아 방송사들의 한국 TV 쇼(런닝맨, 주간 아이돌, 우리 결혼했어요) 방영으로 한류가 더욱 강세를 얻음
 - 이러한 한류의 영향으로 인도네시아에서 제작된 영화 및 드라마에 동일한 테마가 사용된 로컬라이즈 드라마가 생겨남
 - 예를 들어, "별에서 온 그대" 한국 드라마의 테마 및 내용이 2014년 인도네시아에서 제작된 "Kau Yang Berasal Bintang"(별에서 온 그대)에 그대로 반영되어 표절 시비가 붙음
 - 한국 드라마 및 영화에서 전파되는 한국 문화 중 특히 한국 음식 역시 한류에 한 기류로 편승하게 되어, 현재 자카르타에는 한국 음식을 선보이는 체인 음식점(무지개, 교촌, 박씨, 청기와, 오주 등)이 여러 곳에 입점하였으며, 롯데마트, K마트의 개점 수 역시 증가하고 있음
 - 또한, 한류를 통해 전해지는 한국 패션 및 미용 역시 한류의 한 축으로 자리 매김하며, 이니스프리, 에뛰드 하우스 등 화장품 관련 매장 개점이 늘고 있음

■ 평가

- 한국 드라마를 필두로 K팝, 영화, 음식, 패션 및 미용 관련 산업에 이르기까지 한류 강세를 힘입어 한류 관련 산업이 인도네시아 시장에서 강세를 보이고 있으며, 고부가 가치를 창출하고 있음
 - 한류 영향으로 한국과 인도네시아 무역 교역 및 관계에 긍정적 효과를 가져다 주고 있음



■ 출처

- <http://kinibisa.com/news/read/perkembangan-korean-wave-di-indonesia>

■ 참고자료

- <https://kto.visitkorea.or.kr/>
- <http://company.lottemart.com/bc/info/PbcmInfo0007/foreign.do?nationCd=BC1003>
- <http://www.innisfree.com/id/id/>
- <https://www.cgv.id/>