Menilik Strategi di Balik Kuliner Korea yang Makin Mendunia. Film dan Drama jadi Kunci Promosinya

Kalau diperhatikan baik-baik, mewabahnya kuliner Korea di Indonesia sudah terjadi beberapa tahun belakangan. Makin lama, kuliner dari Negeri Ginseng ini makin mudah ditemukan. Kedai-kedai yang menjual makanan khas Korea terus bermunculan bak jamur di musim penghujan. SoHip mungkin menyadari fenomena ini; santapan Korea seperti *ramyeon*, *jajangmyeon*, *kimchi*, sampai *tteokbokki* makin akrab di telinga dan lidah dari hari ke hari. Popularitas kuliner Korea yang meningkat drastis di luar negeri termasuk di Indonesia, ternyata nggak bisa dilepaskan dari film dan drama.

Pemerintah maupun pengusaha Korea Selatan dinilai lihai mengenalkan kuliner negeri sendiri ke mata dunia. Selipan-selipan kuliner Korea dalam adegan film dan drama tampak begitu ‘halus’ sampai-sampai penonton nggak berpikir kalau itu adalah bagian dari promosi. Dampaknya pun besar, bisnis kuliner Korea makin bergeliat. Bahkan produk-produknya sering diekspor dan dijual di negara lain. Nah,  di balik kesuksesan kuliner Korea merambah dunia internasional, ada strategi-strategi jitu yang diterapkan. Apa aja? Yuk, simak!