

인도네시아 케이팝 인기의 현황 분석 및 제언

윤영삼(단국대학교 문화예술학과 박사과정)*

장유정(단국대학교 자유교양대학 교수)**

1. 머리말
2. 인도네시아 케이팝의 현황
3. 인도네시아 케이팝의 미래
 - 3.1. 인도네시아 케이팝의 인기 요인 분석
 - 3.2. 인도네시아 케이팝의 변화 모색
 - 3.3. 인도네시아 케이팝의 전망
4. 맺음말

동남아시아 국가 중 인도네시아는 인구나 경제력으로 볼 때, 케이팝 소비에 있어 우리에게 매우 중요한 나라이자 시장이다. 따라서 본 연구에서는 인도네시아 내 케이팝 인기의 현황과 요인을 분석해 인도네시아 시장에서 케이팝의 위상을 고찰하고자 한다.

인도네시아 케이팝의 현황을 보다 정확히 알아보기 위해 연구 대상은 현재 케이팝 댄스 팀을 운영하거나 댄스 팀에 가입해 왕성하게 활동하고 있는 현지인

* 제1저자

** 교신저자

16명으로 선정하였고, 면담조사법을 사용하여 자료를 수집하였다. 총 15개의 세부 질문의 답변들을 통해 추출된 언어적 의미를 분석하여 유의미한 결론을 도출하였다. 첫째, 다양한 스타일의 케이팝 생산과 실력까지 겸비된 케이팝 아이돌이 출현해야 한다. 둘째, 각국의 문화와 종교를 존중한 케이팝을 생산해야 한다. 셋째, 인도네시아 내 케이팝 팬덤 확장을 위한 다양한 국가 주도의 케이팝 관련 수업을 개설하고 행사를 많이 개최해야 한다.

본고의 제한점은 족자카르타를 비롯한 일부 지역의 소수만 연구에 참여했기 때문에 이들의 답변이 인도네시아인 전체의 의견으로 일반화할 수 없다는 점이다. 본고는 인도네시아 시장 내 케이팝 마니아들의 인터뷰를 바탕으로 추후의 현지 전략을 재고할 수 있다는 점에서 의미가 있다. 또한 지속적인 인도네시아 케이팝 현황 연구에 이바지 할 수 있을 것으로 기대한다.

핵심어: 인도네시아, 케이팝, 한류, 아이돌, 대중음악

1. 머리말

인도네시아는 인구가 현재 약 2억 7천만 명으로 세계 4위이고, GDP는 약 1조2천억 규모로, 인구와 경제 규모에서 동남아시아 국가 중 가장 큰 나라이다. 또한 인도네시아는 자원 부국으로 아세안 경제공동체의 중심적 역할을 수행하고 있다(문효진, 2019). 이에 현 정부는 ‘신(新) 남방정책’을 추진하여 인도 및 아세안 국가들과의 협력 수준을 미국·중국·일본·러시아 등 주변 4강국 수준으로 높이는 것을 목표로 하고 있다(고광수·장유식·김태환, 2020). 그러므로 인도네시아는 현재 세계 팝 시장에서 강력한 트렌드로 자리매김한 케이팝의 동남아시아 해외 진출 시장 중 제1의 문화 교역국으로서 매우 중요한 국가로 볼 수 있다. 따라서 인도네시아 내 케이팝의 현

재 위치와 인기를 분석하여 인도네시아와의 지속적이고 획기적인 문화 교류 방안을 도모할 필요가 있다.

동남아시아에서의 한류는 2000년 전후 인기를 얻기 시작했고, 최근 빠른 경제 성장과 함께 문화산업계로부터 동남아시아 각 국가들이 점차 주목받고 있다(김수정·김은준, 2016). 케이팝의 ‘한류 마니아’ 분포에서도 태국, 인도네시아, 말레이시아가 차례로 3,4,5위를 차지했으며, 특히 동남아시아 6개국(인도네시아, 태국, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 베트남)의 경우 2013년을 기점으로 방송과 음악 산업의 콘텐츠 수출액이 대폭 증가하고 있다(박갑룡, 2020). 국가별 콘텐츠 시장규모에서도 중국을 제외하면 인구와 소득 수준에서 인도네시아의 잠재력이 큰 평가를 받고 있다(김수정·김은준, 2016). 유튜브 음악 차트 및 통계 자료에서도 2018년 한 해 동안 블랙핑크의 음악 재생 횟수가 가장 많은 국가는 인도네시아, 태국, 필리핀, 베트남, 한국 순으로 나타났다(KOFICE, 2018). 이렇듯 2021년, 현재까지도 인도네시아에서 블랙핑크와 BTS를 필두로 케이팝에 대한 수요와 열렬한 관심이 계속 증가하고 있는 추세이다.

한편 국내에서도 이와 같은 인도네시아의 케이팝 열풍 현상 관련 연구들이 수년 전부터 진행되어 왔다. 먼저 임지선(2019)은 필자가 직접 참여한 2017년과 2018년 인도네시아 케이팝 아카데미를 바탕으로 현지에서의 케이팝 수업 방향에 대한 실질적인 제언을 하였다. 직접 만든 수업 프로그램을 사용하여 수업을 진행하여 인도네시아에서 케이팝 수업을 할 때, 효과적인 수업 방법을 제시하였다.

김수정·김은준(2016)은 일본과 중국에 한정되어 온 반한류 현상에 대한 관심을 동남아시아 지역, 구체적으로는 인도네시아와 베트남 두 국가의 반한류를 비교 접근하는 데로 확장하였다. 해당 국가

들의 반한류 현상뿐 아니라 동남아 사회에 대한 이해 역시 심화, 확장시키고자 하였다. 기존 반한류의 연구가 주로 중국·일본으로 한정돼 있던 상황에서 이러한 연구는 새로운 지역에서의 반한류 연구라는 점에서 의의가 있다.

박지현(2016)은 인도네시아 최초의 한류 팬 커뮤니티 ‘한국을 사랑하는 사람들의 모임’의 활동을 통해 인도네시아 대중문화의 한 부분으로 자리 잡은 한류가 수용되는 의미와 특성을 살펴보았다. 그를 통해, 한류의 전개 과정 속에서 이들이 보여준 한류 수용 양상과 태도 변화에 주목하여 하위문화집단으로써 팬덤의 의미를 고찰하고자 하였다. 즉 ‘한사모’를 단순한 팬덤으로 보는 시각이 아닌, 사회적 맥락에서 이해하고자 하였다. 또한 사회적 상황에 따라 변하는 구성원들의 태도 변화를 자세히 알아보기 위해 심층면접을 하여, ‘한사모’ 팬덤의 복잡성을 설명하였다.

앞서 살펴본 인도네시아 한류에 관한 선행연구들과 본 연구의 공통점은 인도네시아 내 한류 소비 과정에서 나타나는 특징적 현상들을 분석하여 그 의미를 찾아내고자 했다는 점이다. 그리고 인도네시아 내에서 활발하게 활동 중인 커뮤니티를 선정하여 그 커뮤니티에서 활동하고 있는 현지인을 연구 대상으로 삼아 실질적인 연구를 수행하고, 인도네시아 내 한류의 부정적인 인식이 나타나는 현상을 분석하였다.

그러나 선행연구에서는 현재 인도네시아 내에서 소비되고 있는 한류 문화콘텐츠 중에서 케이팝만을 집중적으로 분석하지 못했다는 한계가 있다. 그리고 추후 인도네시아 내 케이팝 소비문화 활성화 방안에 대한 논의 또한 부족했다. 따라서 본고에서는 인도네시아 시장에서의 케이팝에 대한 인기와 분석을 통해 현지인들의 케이팝에 대한 현 인식을 고찰하고, 이를 바탕으로 향후 인도네시아에서 소비될

케이팝의 방향성을 제언하고자 한다.

본 연구는 인도네시아 현지에서 활발하게 댄스팀을 운영하거나 거기에 참여하고 있는 사람들을 연구 대상으로 선정한 연구다. 이를 통해 본 연구에서는 인도네시아 내 케이팝에 대한 실질적 긍정 내지 비판적 반응을 알아보고자 하였다. 또한 케이팝에 대한 참여자들의 다양한 의견들을 분석 및 범주화하여 유의미한 결론을 이끌어내고자 하였다.

연구 대상자들에게 질문을 하여 향후 인도네시아에서 소비될 케이팝의 방향성을 제언하는 것이 본 연구의 주목적이다. 이에 실행 연구를 기반으로 한 연구 참여자들과의 면담조사법을 연구 방법론으로 사용하였다. 본 연구의 대상자는 현재 인도네시아에서 활발히 활동하고 있는 현지인 16명의 케이팝 댄스팀 단장 및 댄스원들이다. 자료 수집 과정에서 16명 모두 영어로 자신의 의사전달을 하는데 큰 문제가 없었기에 영어로 인터뷰를 진행했고, 이메일로 질문의 답변을 받았다.

질문은 크게 인도네시아의 케이팝 현황, 인도네시아 케이팝의 변화 모색, 인도네시아의 케이팝 전망 등 3가지의 큰 항목으로 나누었으며, 큰 항목 아래 각각 5개의 세부 질문으로 구성하였다. 총 15개의 세부 질문의 답변들을 통해 추출된 언어적 의미를 분석하여 향후 우리나라의 케이팝 관련 업계와 학계에 인도네시아에서의 케이팝 문화를 어떻게 더 발전시킬 수 있고, 지속시킬 수 있는지 알아보았다. 이러한 작업을 통해 케이팝의 해외 전파와 흥행과 관련된 유의미한 전략을 세울 수 있으리라 기대한다.

2. 인도네시아 케이팝의 현황

케이팝은 1990년대 이후 한국 대중음악 중 아이돌이 주축이 되어 생산된 서구 음악 장르, 특히 힙합, R&B, 록, 일렉트로닉 음악이 가미된 댄스음악을 말한다(이수완, 2016). 본고에서 사용하는 케이팝의 정의와 범주도 위의 정의를 따르기로 한다.

인도네시아에서의 케이팝 인기의 시초는 2005년 인도네시아에서 방영된 드라마 ‘폴하우스’ 주연을 맡았던 가수 겸 배우 ‘비’가 인기를 끌어 같은 해에 인도네시아 최초 케이팝 콘서트를 열면서 시작되었다. 이 시기에 인도네시아에서는 한국 드라마에 이어 OST마저 인기를 얻으면서 한국 가수에 대한 관심이 많아졌다(Palupi · Niken Widoretno Dyah, 2020). 그 후 SM 엔터테인먼트 소속 가수들이 인도네시아에서 콘서트를 열면서 케이팝에 대한 관심이 증폭되어 현재까지 그 인기와 관심이 꾸준히 높아졌다.

2021년 KOFICE(한국국제문화교류진흥원)에서 발표한 해외 한류 실태조사에 따르면,¹⁾ 태국, 인도네시아, 말레이시아 등의 동남아 지역과 미국, 브라질 등 미주 지역, 프랑스, 영국 등 유럽 지역은 물론 중동과 아프리카에서 케이팝이 모두 한국 연상 이미지 1위로 나타났다. 동시에 인도네시아는 케이팝을 비롯한 한국 문화콘텐츠 소비 비중의 대부분 지표에서 최상위에 있을 만큼 인도네시아는 한국의 모든 대중문화를 가장 활발하게 소비하고 있는 국가 중 하나가 되었다.

현재 인도네시아에서 각광받고 있는 케이팝의 현황을 구체적으로

1) KOFICE(한국국제문화교류진흥원)에서는 인터넷 사이트(http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_00_list.asp?mnu_sub=20300)에 매 해마다 주요 지역 국가들에서의 한국 문화콘텐츠 이용관련 설문조사를 조사하고 분석하여 제시한다.

알기 위하여 족자카르타(Yogyakarta)²⁾에서 케이팝 댄스팀을 운영하고 있거나 케이팝 댄스팀에 활발히 활동하고 있는 16명의 연구 참여자들에게 케이팝 관련 인터뷰를 진행하였다. 다음의 <표 1>은 16명의 연구 참여자들의 인구 사회학적 특성을 나타낸 표이며, <표 2>는 연구 참여자들의 소속 댄스팀을 나타낸 표이다.

<표 1> 연구 참여자들의 인구 사회학적 특성

구분	기본정보
나이	20-25세(10명) 25-30세(6명)
학력	고졸(1명) 대학재학(8명) 전문학사(3명) 학사(4명)
거주 지역	족자카르타(Yogyakarta, 13명) 수코하르조(Sukoharjo, 1명) 람퉁(Lampung, 1명) 시아미스(Ciamis, 1명)
성별	남(4명) 여(12명)
직업	회계사(1명) 프리랜서(9명) 학생(5명) 비서(1명)

2) 족자카르타(Yogyakarta)는 자바섬의 중심부에 위치하고 있으며, 북쪽에는 신성한 활화산인 메라피 산을, 남쪽에는 인도양과 접해 있다. 족자카르타는 자바의 전통적인 도시이자, 많은 대학과 고등학교가 있는 교육도시이다(Wiendu Nuryanti, 1999).

〈표 2〉 연구 참여자들의 소속 댄스팀

이름	소속 댄스팀
Ratih Ayu	Agate
Seta Aditya	Cookie Monster
Anggita Mugiwardani	Fushion
Putri Dewanti	Aurora
Tjok Istri Huberta Rahmawati S.	Fushion
Fang	Fushion
Deva	Fushion
Christina Sriratna Tiara	Fushion
Abdul	Azthron
Aldela Regi Desninday	Fushion
Devi Afifa	Fushion
Mega Fitri Qolbiyyah	Fushion
Arrum Nur Oktaviani	Fhshion
Fernanda Sekar Erviansari	Fushion
Tirtha	Fushion
Thomas Agung TTW	Coin

위의 표는 인터뷰에 참가한 사람들과 그들이 소속된 댄스팀을 제시한 것이다. 인터뷰 질문은 케이팝의 팬덤이 생겨나는 이유가 무엇인지, 케이팝을 왜 좋아하고 배우고 싶어하는지, 인도네시아에서 케이팝이 더 발전하기 위해 어떤 부분을 보완해야 하는지, 마지막으로 인도네시아에서 케이팝의 전망을 어떻게 예상하는지 등 총 15개로 구성하였다. 각 질문에 대한 16명의 연구 참여자들의 답변은 비슷하면서도 조금씩 달랐고 공통적으로 나오는 답변을 범주화하여 특정 주제로 묶을 수 있었다. 다음의 〈표 3〉은 인터뷰 질문과 답변 내용의 관련 주제를 나타낸 표이다.

〈표 3〉 인터뷰 질문과 답변 내용의 관련 주제

주제	세부질문	답변의 규정 주제
인도네시아의 케이팝 인기 요인 분석	케이팝을 좋아하게 된 이유는 무엇입니까?	① 케이팝 장르의 다양성 ② 댄스와 노래의 조화 ③ 댄스 커뮤니티의 다양한 연계성
	인도네시아 음악과 케이팝의 가장 큰 차이점은 무엇이라고 생각하십니까?	
	인도네시아에서의 케이팝 인기 요인이 무엇이라고 생각하십니까?	
	케이팝 댄스팀은 어떻게 알게 되셨습니까?	
	인도네시아의 케이팝 댄스팀에 대한 정보는 얼마나 알고 계십니까?	
인도네시아 케이팝의 변화 모색	인도네시아에서 케이팝에 대한 부정적인 시각에 대해서 어떻게 생각하십니까?	① 반 이슬람적·비윤리적 행동 지양 ② 케이팝 학습 환경 개선 ③ 케이팝 가수들의 음악적 실력 향상 ④ 케이팝 가수들의 너무 이른 데뷔 반대
	인도네시아에서 케이팝을 배울 수 있는 곳은 어디입니까?	
	케이팝 음악에서 어떠한 부분이 바뀌어야 한다고 생각하십니까?	
	인도네시아에서 케이팝이 더욱더 대중적인 인기를 얻기 위한 방안에 대해서는 어떻게 생각하십니까?	
	한국의 케이팝 산업계에서 인도네시아 시장에 어떠한 노력을 더 해야 한다고 생각하십니까?	
인도네시아 케이팝의 전망	앞으로 인도네시아에서 케이팝 관련 팀들이 더욱더 활발히 활동할 것이라고 생각하십니까?	① 새로운 케이팝 스타일에 대한 갈망 ② 동남아시아 케이팝문화의 중심국 ③ 포스트코로나 시대의 케이팝 인기 증폭
	인도네시아에서 케이팝에 대한 인기가 떨어질 것이라고 생각하십니까?	
	인도네시아가 동남아시아에서 케이팝 문화의 중심국이 될 수 있다고 생각하십니까?	
	앞으로 인도네시아에서 어떠한 스타일의 케이팝이 인기 있을 것이라고 생각하십니까?	
	코로나 이후의 인도네시아의 케이팝에 대한 인기는 어떠한 것이라고 예상하십니까?	

3. 인도네시아 케이팝의 미래

3.1. 인도네시아 케이팝의 인기 요인 분석

16명의 연구 참여자들에게 인도네시아 케이팝 인기 요인을 묻는 질문에서 그들의 답변을 몇 개의 주제로 묶을 수 있었다. 첫째는 케이팝 장르의 다양성이다. 현재 인도네시아 대중음악의 주된 음악적 장르 중 하나는 ‘당두트(Dangdut)³⁾’라고 하는 인도풍의 인도네시아 전통음악이다. 이것은 최근 유행하고 있는 케이팝 음악에 비해 음악적으로 덜 세련되어서 젊은 세대의 인도네시아인들로부터 큰 호응을 얻지 못하고 있다. 그에 반해 케이팝은 세계적으로 유행하고 있는 음악 스타일에 현대적 기술들을 접목시켜 독특하고, 개성 있는 음악으로 인도네시아 대중음악과는 큰 차별성을 지닌다.

“제가 보기에 인도네시아 가요계는 여전히 80년대 팝 음악에 갇혀 있다고 생각해요. 인도네시아 가수들은 폭발적인 고음으로 노래하는 것을 매우 뽐내고 싶어 합니다. 하지만 케이팝은 팝 음악부터 댄스 음악 등 장르가 매우 폭넓게 형성되어 있어 흥미로워요.” (Tjok Istri Huberta Rahmawati S.)
(한국어역은 인용자, 이하 동일)

“우리 고유의 전통 음악 장르인 ‘당두트’가 있는데, 한국의 트로트 장르와 매우 흡사해요. 또, 인도네시아 가수들은 거의 춤으로 음악을 표현하지 않아요.” (Deva & Abdul)

3) 당두트(Dangdut)는 인도네시아의 대중 음악 장르 중 하나로, 그 음악의 뿌리는 1940년대에 말레이 음악에서 시작되었다. 인도와 아랍의 음악적 요소가 현대적 형식으로 발전하여 인도네시아 음악에 영향을 주었다(www.hubpages.com, 2021.09.09).

또한 인도네시아의 대중음악에서는 쉽게 찾아볼 수 없는 보이, 걸 그룹이 케이팝에서는 매우 다양한 콘셉트와 스타일로 존재하고 있다. 그 때문에 폭 넓은 음악을 들을 수 있다는 점에서 케이팝에 매력을 느끼는 것으로 나타났다. 실제로 연구 참여자들 중 몇몇은 인도네시아의 대중음악이 새로운 트렌드의 음악을 갈망하는 자국 내 대중들에게 큰 충족을 주지 못하고 있다고 하였다. 따라서 현재 케이팝이 현지에서 매우 높은 관심을 받고 있는 가장 큰 이유 중 하나는 케이팝 장르의 다양성이라고 볼 수 있다.

둘째는 댄스와 노래의 조화다. 기존의 인도네시아 대중음악에서는 댄스 음악보다 발라드 음악이 주로 소비되었다. 그 때문에 댄스로 다양한 음악을 표현하는데 한계가 있었고, 댄스 음악이 대중들에게 큰 호응을 얻지 못했다. 반면 케이팝은 강력한 퍼포먼스와 댄스 안무가 곡 전체에서 매우 부각되고, 그것이 인도네시아 젊은 대중들에게 큰 매력으로 다가왔다. 연구 참여자 16명의 인터뷰에서도 압도적인 비율로 케이팝을 좋아하게 된 계기가 케이팝 댄스라고 응답하였다. 역동적이고 화려한 안무와 함께 어우러지는 아이돌 가수들의 매력적인 목소리는 자연스럽게 인도네시아 젊은 층에서 동경과 배움의 대상이 되고 있다.

“단조로운 인도네시아 음악에 비해 케이팝은 매우 다채로워요.” (Fang)

“인도네시아 음악은 발라드 음악이 대부분인 반면, 케이팝은 춤추고 노래할 수 있는 곡이 많아서 좋아요.” (Devi Afifa)

물론 케이팝이 매우 상업적이고, 자극적이라는 우려 섞인 시선에 대해서도 지속적으로 인지하고 개선해나가야 한다. 하지만 그러한 시선에도 불구하고 현지에서 케이팝의 대중화는 점점 더 가속화되

고 있다.⁴⁾

셋째, 케이팝 댄스 커뮤니티의 다양한 연계성이다. 현재 족자카르타에는 수십 개의 케이팝 댄스 팀이 존재한다.⁵⁾ 그 중 대표적인 댄스팀인 'Fusion'은 이미 수년 전부터 이 지역의 초·중·고·대학생들의 학교 동아리 활동과 연계하여 팀 단원을 모집하고 있으며, 각종 케이팝 댄스 경연 대회를 주최하여 자발적으로 현지인들의 관심과 참여를 독려하고 있다. 또한 족자카르타 지역의 케이팝 팬클럽과 케이팝 댄스 커뮤니티의 연계로 케이팝 댄스를 배우고자 하는 사람들을 자연스럽게 커뮤니티에 가입하게 하여 인도네시아 젊은 세대 층을 중심으로 그 세를 더 확장시키고 있다. 그들은 서로 팀을 꾸려 케이팝 커버 댄스 대회에 출전하기도 하고 SNS를 활용해 자신들의 커버 댄스 영상을 주기적으로 업로드하며 적극적으로 활동한다. 뿐만 아니라, 새로 가입한 사람들에게 케이팝 댄스를 배울 수 있는 기회를 제공하며 지인이나 주변 친구들에게 커뮤니티 가입을 추천한다. 16명의 연구 참여자들의 인터뷰 답변에서도 실제로 직접 찾아가 케이팝 커뮤니티에 가입한 사람보다 주변 사람들의 소개로 커뮤니티에 가입했다는 응답이 훨씬 많았다. 족자카르타 지역 내의 이러한 강력한 커뮤니티의 영향력은 자생적 공동체적 전통에 기반한(하재훈·오유석, 2012) 인도네시아 사람들의 생활습관이 그대로

4) KOFICE에서 발표한 2021 글로벌 한류 트렌드에서는 인도네시아의 한류지수를 발표하였다. 국가별 한류 대중화와 성장 수준을 가늠할 수 있는 한류지수에서 인도네시아는 지난 3년간(2018~2020) 변화 추이에 있어 13% 상승으로 전체 국가 중 가장 높은 상승률을 보였다.

5) 족자카르타에서는 큰 규모의 케이팝 댄스 팀부터, 작은 규모의 댄스 팀까지 현지인들이 직접 운영하고 있는 수십 개의 댄스 팀이 활발히 활동하고 있다. 'Fushion', 'Cookie Monster', 'Invasion DC', 'FD crew', 'Coin DC', 'Skylark', 'Pink Panda', 'WTF', 'Coming Soon' 등이 있다.

드러난 현상이라고 볼 수 있다.

한편 2020년 KOFICE에서 발표한 글로벌 한류 트렌드에서는 아시아 권역의 국가별 한류 이용자 집단 분포를 살펴보았다. 그 결과, 인도네시아, 베트남, 말레이시아, 태국, 대만, 중국 등 6개국은 열성적 이용자 비율이 과반이 넘는 51.4~71.6%로, 한류 확산이 활발한 국가로 조사됐다(KOFICE, 2020). 이러한 결과는 케이팝 댄스 커뮤니티의 다양한 연계성을 기반으로 한 인도네시아 내 케이팝 열성 이용자들의 자발적인 활동이 많다는 것을 방증한다. 이처럼 현재 인도네시아에서 케이팝의 전파는 여전히 다각적으로 이루어지고 있으며, 현지의 꾸준한 관심과 응원 또한 지속적으로 증가하고 있다.

3.2. 인도네시아 케이팝의 변화 모색

현재 인도네시아에서 일어나는 케이팝 관련 열풍 현상은 우리나라 문화 산업계에 매우 긍정적인 영향을 주고 있다. 하지만 최근 급격히 감지되고 있는 동남아시아 지역 내 반한류 기류도 주목해야 한다. 인도네시아의 반한류는 두 가지로 나타난다. 하나는 자문화 중심 시각에서 한류를 문화제국주의의 따른 경제적 침략으로 보는 것이다. 다른 하나는 인도네시아의 이슬람 입장에서 한류의 비이슬람적 가치와 요소들을 문제 삼으며 한류와 그 수용자들을 비판하고 비난하는 것과 동시에 종교적 각성주의로 드러난다(경의영, 2021). 특히 인도네시아는 다종교 사회이지만 전체 국민의 87%가 무슬림에 속한다. 따라서 이들은 케이팝에 드러나는 성적 선정성, 외모 중시, 성형수술 문화 등이 자신들의 종교적 가치에 위배된다고 여긴다(김수정·김은준, 2016).

본 연구에서 진행한 인터뷰에서도 앞서 언급한 선행연구에서의

인도네시아 반 한류에 대한 담론과 비슷한 내용의 답변들이 나왔다. 첫째 인도네시아의 케이팝의 한계점을 묻는 질문의 응답들은 대체적으로 케이팝 아티스트들의 반 이슬람적 및 비윤리적 행동에서 오는 부정적인 시각에 대한 것들이었다. 무슬림이 대부분을 차지하는 인도네시아에서는 성 역할에 대한 구분이 동남아시아의 다른 국가에 비해 상대적으로 뚜렷한 편이다. 특히 남자들이 케이팝 댄스를 출 때, 마치 여자처럼 춤을 추는 것 같아 그 모습이 매우 부적절하다고 보는 시각이 다수 존재한다. 그것은 이슬람적 가치에서 남성의 역할과 어긋나는 행동으로 간주되어 주로 젊은 세대 층에서 향유되고 있는 케이팝에 대해 기성세대들은 매우 회의적인 시선을 보낸다. 이에 케이팝 수용자들을 ‘문란하고 불량한’ 청년들로 보는 외부 사회의 인식이 강해진 상황이며, 한류의 확대로 팬덤이 크게 증가하고 사회적 주목을 받은 일들이 많아지면서 이들을 향한 부정적인 여론이 일반화되어가고 있다(박지현, 2016).

“케이팝 아이돌 가수들의 문제적 행동들(자살, 왕따 등) 때문에 인도네시아에서 케이팝 인기가 떨어질 수도 있을 것 같아요.” (Anggita Mugiwardani)

이 외에도 아이돌 간의 과도한 경쟁과 인간 상품화, 케이팝 아이돌 가수의 자살 및 사회적 일탈 문제도 현지에서 매우 부정적으로 바라본다. 얼마 전 우리나라에서 일어난 승리와 정준영의 충격적이고 부도덕한 사건은 글로벌 스타가 된 음악인들의 부족한 윤리의식과 물질중심주의 및 왜곡된 성의식을 적나라하게 보여주었다. 또한 설리와 구하라의 비극적인 죽음은 좁게는 케이팝 산업, 넓게는 한국 사회 전반을 짓누르고 있는 압박과 스트레스의 심각함을 드러

냈다(KOFICE, 2019). 본 연구의 참여자들도 이러한 문제에 대해 1차적으로는 스스로 목숨을 끊은 케이팝 아이돌 가수들의 현 상황에 대한 시스템적인 문제들을 언급하며, 유명 케이팝 아이돌 가수들의 자살에 따른 2차적인 인도네시아 내 사회적 문제의 발발 가능성을 심각하게 우려하였다. 이는 케이팝 아이돌 내 자살, 왕따 등 불행한 사건들이 인도네시아 사회 내에서 매우 금기시되는 것들이기 때문이다. 그들은 만약 이러한 일들이 지속적으로 일어난다면, 인도네시아에서의 케이팝 인기 현상은 결코 오래 가지 못할 것이라고 경고한다.

많은 수요에 비해 인도네시아에서 실질적으로 케이팝을 배울 수 있는 환경이 매우 제한적이라는 것도 큰 문제점으로 나타났다. 인도네시아에서는 케이팝을 전문적으로 배울 수 있는 곳이 없어, 많은 현지인들이 유튜브 및 인스타그램과 같은 소셜 네트워킹 서비스를 통해 자발적으로 케이팝을 배우고 있다. 다양한 케이팝 댄스 팀들이 지역 내에서 활발하게 활동하고 있고, 팀 내에서 케이팝을 가르쳐 줄 수 있는 강사가 있긴 하지만 대개 스스로 배움을 터득한 현지인 강사라는 점이 수요자들에게는 큰 아쉬움으로 남는 상황이다. 다행히 2016년부터 꾸준히 해마다 진행되어왔던 한국 문화원의 케이팝 아카데미에서 한국인 강사들에게 케이팝 댄스와 노래 수업을 받을 수 있었다. 그러나 코로나 팬데믹 이후에 모든 수업이 무기한 연기되면서 다각도에서 케이팝을 배울 수 있는 환경에 대한 요구가 증대되고 있다.

“케이팝 수업을 배울 곳이 많지 않아서 아쉬워요. 그래서 유튜브를 통해 댄스팀에서 다같이 연습하거나 한국문화원에서 케이팝 강좌가 열리면 직접 가서 배우곤 해요.” (Thomas Agung TTW)

뿐만 아니라 인도네시아에서는 케이팝 가수들의 기본적인 음악적 실력에 대한 큰 아쉬움이 있었다. 케이팝이라는 음악 특성상 무대에서 많은 퍼포먼스를 보여주기 위해 외모를 중요시하는 것은 인정하지만 한국 엔터테인먼트 회사들이 지속적으로 음악의 질보다 오로지 상업성만을 추구한다면 인도네시아의 케이팝 팬덤 크기는 점점 축소될 수 있다. 지난 해 엠넷 엠카운트다운에서 공연한 트와이스의 가창력 논란이 해외 네티즌들 사이에서 이슈가 된 것이 바로 그 예이다. 그들은 한국 엔터테인먼트 업계의 외모지상주의 관념을 정면으로 비판하였다. 인도네시아 온라인상에서도 여러 케이팝 가수들의 반주가 제거된 라이브 영상이 공유되면서 실력보다는 외모에 너무 치우쳐 케이팝 아이돌 가수를 선발한다는 비판이 거세지고 있다. 결국 인도네시아에서는 케이팝이 퍼포먼스적인 감동도 중요하지만 음악의 기본적인 요소들, 즉 가수의 가창력, 가사 전달력, 감정 표현력 등이 케이팝 음악에 동시에 수반되어야 그 인기가 지속될 것이라는 것을 보여준다.

최근 케이팝 아이돌로 데뷔하는 가수들의 연령대가 매우 어리다는 것도 인도네시아에서 염려하고 있는 부분이다. 케이팝 아이돌 가수로서 어린 나이에 데뷔하는 것은 장점도 있겠지만, 아직 여러 부분에서 준비가 잘 안 되어 있어서 많은 불안 요소들이 존재한다고 인식한다. 그러한 불안 요소들은 곧 불행한 사건으로 직결되며 인도네시아 사회에도 악영향을 끼쳐 결국 케이팝 인기 성장의 저해 요인이 될 것이라 예상했다. 실제로 2019년에 발표한 이시림·이수현의 논문에 따르면, 우리나라에서 데뷔한 남성 및 여성 아이돌 그룹 371팀의 평균 연령은 20.52세로 나타났고, 이를 연도 별로 평균을 내면 2004년부터 2017년까지 시간이 지나도 평균은 19-21 사이에서 벗어나지 않는다고 밝혔다(이시림·이수현, 2019). 중학생 또는

고등학생의 신분으로 데뷔하는 케이팝 아이돌 그룹이 더 많아지고 있는 현 상황에서 인도네시아 내의 이러한 우려의 목소리는 점점 더 커질 것으로 예상된다.

“케이팝 아이돌의 데뷔 연령이 너무 어려서 걱정스러워요. 이건 인도네시아 사회에서는 조금 당황스러운 부분이에요.” (Tjok Istri Huberta Rahmawati S.)

이렇듯 인도네시아 내 케이팝에 대한 부정적인 시각들은 인도네시아의 케이팝 인기 확장에 큰 걸림돌이 되고 있다. 많은 부분이 인도네시아 국민들의 종교적 가치와 사회적인 통념의 기준에 맞지 않아 최근 발생하고 있는 반한류의 움직임을 더욱 가속화시키고 있다. 그러나 이것은 단지 인도네시아 내 상황만으로 볼 수만은 없다. 바로 옆 국가인 태국과 말레이시아에서도 케이팝과 관련된 이와 비슷한 문제들이 사회적으로 나타나고 있다.⁶⁾ 만약 해외 각국에서 케이팝을 이러한 의식으로 바라보는 상황이 계속 지속된다면 반한류의 감정은 더욱 심화되어 결국은 케이팝 문화 퇴출이라는 극단적인 상황에 처하게 될 수도 있다. 그러므로 케이팝 아이돌을 기획하고 음악을 생산하는 우리나라 엔터테인먼트 산업계에서는 건강한 아이돌 육성 시스템을 적극적으로 도입하여 올바른 가치관으로 음악 활동에 전념할 수 있도록 케이팝 가수들을 여러 방면에서 지원해야 한다. 동시에 각 국가의 종교와 사회적 통념이 존중될 수 있는 케이팝

6) 2021년 한국국제문화교류진흥원에서 발표한 해외 한류 실태조사에서는 국가별 한국 문화 콘텐츠에 대한 부정적 인식과 원인을 조사하였다. 그 중 태국에서는 지나치게 상업적, 자국 콘텐츠 산업 보호 필요, 유명인의 비윤리적인 행동을 1,2,3위로 꼽았고, 말레이시아에서는 지나치게 자극/선정적, 지나치게 상업적 & 남북 분단/북한위협, 유명인의 비윤리적인 행동을 1.2,3위로 꼽았다.

생산 방안을 마련해야 한다.

3.3. 인도네시아 케이팝의 전망

KOFICE에서 발표한 2020 글로벌 한류 트렌드 자료에 따르면, 인도네시아를 한류 고성장 그룹으로 분류했다. 이것은 한류지수를 기반으로 분류한 것인데, ‘한류지수’란 한국 대중문화가 해외 현지 소비자에게 수용된 정도와 그것의 성장 또는 쇠퇴 경향을 반영하는 지표다. 한류지수는 한류의 현재 인기와 대중화 정도를 나타내는 ‘한류현황지수’와 한류의 성장 또는 쇠퇴 정도를 나타내는 ‘한류심리지수’ 두 가지로 측정한다(KOFICE, 2020). 다음 <표 4>은 2017년부터 2019년까지 인도네시아의 한류지수 수치를 나타낸 것이다.

<표 4> 2017년~2019년 인도네시아의 한류지수 수치

(출처 : KOFICE, 2020 글로벌 한류 트렌드)

	한류심리지수	한류현황지수
2017년	127.38	3.49
2018년	133.68	3.35
2019년	141.90	3.65

위 표에서 보듯, 인도네시아는 2017년부터 2019년까지 꾸준히 한류심리지수가 상승하고 있으며, 한류현황지수에서도 2018년 잠깐 낮아졌다가 2019년에 다시 반등하면서 상승세를 타고 있다. 또한 인도네시아 자국에서 가장 인기 있는 한국 제품·서비스·콘텐츠 1위가 케이팝이었으며, 특히 말레이시아와 인도네시아(각각 74.0%)에서 그

인기가 가장 높았다(KOFICE, 2019). 이러한 지표에서 볼 때, 현재 인도네시아는 한국 대중 예술 문화 중 특히 케이팝에 대한 자국 내 대중화가 매우 안정적으로 정착된 국가로 볼 수 있다. 따라서 본고에서는 인도네시아에서의 케이팝 전망에 관한 설문을 통해 향후 케이팝이 인도네시아에서 지향해야 할 방향성을 모색하고자 한다.

먼저, 인도네시아에서의 케이팝 전망을 묻는 답변에서는 한 가지 특이한 사항이 나타났다. 다른 질문에서는 비슷하고 공통된 의견의 답변들이 나왔지만, 인도네시아에서 케이팝에 대한 인기가 떨어질 것이라고 예상하는가에 대한 답변에서는 5:5비율로 8명은 ‘떨어질 것이다’, 8명은 ‘유지하거나 올라갈 것이다’라고 서로 상이한 반응이 나왔다. 인기가 떨어질 것으로 예상하는 요인으로는 ‘너무 비슷한 색깔의 케이팝 아이돌 그룹들이 많아서’가 가장 많았다. 이러한 반응은 ‘한류는 획일적이고, 식상하다’⁷⁾는 부정적 인식이 케이팝 팬들에게조차 이미 내재돼 있다. 그렇다면 이것이 지속적으로 성장하고 있는 인도네시아 내 케이팝 시장에 역풍을 초래할 수도 있을 것이라 판단한다.

이것은 다시 인도네시아 한국 케이팝 시장에 많은 시사점을 준다. 이미 인도네시아에서는 기존의 케이팝 아이돌 그룹들의 음악에 완벽하게 적응되어 이제는 새로운 스타일의 케이팝 음악이 필요하게 되었다는 것이다. 구체적으로 청소년만이 소비하는 케이팝 장르가 아닌 인도네시아 모든 사람들이 좋아할 만한 케이팝 장르, 콘셉트에

7) 2020년 한국국제문화교류진흥원에서 발표한 글로벌 한류 트렌드에서는 한류콘텐츠에 대한 부정적 인식과 원인을 발표하였는데, 부정적 인식에 대한 공감 이유는 1위가 ‘한류는 지나치게 상업적이다’, 2위가 ‘한류는 획일적이고 식상하다’, 3위가 ‘한류는 지나치게 자국적이고 선정적이다’, 4위가 ‘한류스타나 인플루언서의 부적절한 언행 및 비윤리적인 행동 때문이다’였다.

업메이지 않고 노래하고 춤추기 좋은 음악들, 지금과 같이 귀엽고 강력하고 섹시한 컨셉의 다양한 케이팝 등 다양한 스타일의 케이팝이 나오길 바라고 있다. 그만큼 어느 한 스타일의 아이돌 중심 케이팝만을 좋아하는 것이 아닌 전반적인 한국 대중음악에 대한 관심이 있는 것으로도 풀이된다. 따라서 새로운 스타일의 케이팝 스타 발굴 및 음악 제작이 매우 필요해 보인다. 만약 인도네시아에서 이러한 요구가 충족된다면 그들이 자부하고 있는 강력한 인구력을 바탕으로 인도네시아는 동남아시아에서 케이팝 문화를 중심으로 소비하고 전파하는 리더가 될 수 있다.

“인도네시아인들이 더 쉽게 받아들일 수 있는 케이팝이 생산되면 좋겠어요.” (Arrum Nur Oktaviani)

“한국 아이돌 그룹에 인도네시아인 멤버가 더 많아지면 좋을 것 같아요” (Ratih Ayu)

한편 케이팝에 대한 인기가 현재와 비슷하게 유지되거나 앞으로 올라갈 것이라고 보는 요인으로는 인도네시아 내 케이팝 팬덤의 크기가 계속 성장하고 있다는 것, 그에 비례한 많은 팬들이 케이팝에 매우 충실하기 때문에 쉽게 자신이 응원하는 아티스트에게 등을 돌리지 않을 것 등이었다. 또한 최근 인도네시아의 지역 방송 TV를 통해 케이팝 음악을 듣고 볼 수 있는 시스템이 갖춰지면서 대중화에 박차를 가하고 있는 상황에서 케이팝은 인도네시아 지역 곳곳에 더 강력한 영향을 미칠 것이다.

이러한 예상은 향후 인도네시아가 동남아시아에서 케이팝 문화 소비의 중심국으로 될 수 있을 것이라고 보는 의견과 맞물린다. 이미 2019년에 시작해서 많은 인도네시아 인기 브랜드에 현지 연예인

이 아닌 케이팝 가수가 홍보대사로 임명되고 있는 추세이다(Palupi, Niken Widoretno Dyah, 2020). 지난해 우리나라의 한 엔터테인먼트 회사에서도 인도네시아 글로벌 오디션을 통해 한국 아이돌 그룹 멤버 중 한 명을 인도네시아 여성으로 데뷔시켜, 인도네시아를 비롯한 동남아시아 시장을 더욱 적극적으로 공략하고자 하는 움직임을 보여주었다. 이것은 인도네시아 내에서 케이팝에 대한 강력한 팬덤을 응집시키는 계기가 되어 인도네시아가 케이팝 문화에 더 이상 변두리가 아닌 중심국으로서의 구실을 할 수 있다는 기대를 갖게 하였다.⁸⁾

코로나 팬데믹 이후에 인도네시아 내 케이팝의 인기가 어떻게 될 것이라고 예상하는가에 대한 질문에서는, 공통적으로 그동안 기다려왔던 케이팝 관련 공연과 행사들이 물밀 듯 쏟아질 것이라고 생각하기 때문에 케이팝에 대한 인기가 폭발적으로 높아질 것이라고 내다보았다.

“코로나 이후에는 더 많은 오프라인 콘서트가 열릴 수 있으니 인도네시아에서도 케이팝의 인기가 더 높아질 거예요.” (Mega Fitri Qolbiyyah)

“코로나 때문에 활발해진 온라인 활동은 인도네시아의 케이팝 팬들을 더 응집시켰어요.” (Fernanda Sekar Erviansari)

이것은 무기한 중단되었던 한국 정부 주도의 케이팝 관련 수업과 케이팝 아이돌의 인도네시아 내 제한적인 활동들이 인도네시아 케이팝 팬들에게 큰 갈증을 유발하였고, 코로나 팬데믹으로 인하여 케이팝 관련 오프라인 공연을 할 수 없는 상황에서 다양한 접근 방식을 통한 팬들과의 소통을 기대하고 있는 것으로 판단한다.

8) 공미나, 「인도네시아 들썩... 목표 그래미」 시크릿넘버, 케이팝 새 바람 일으킬까, 『스타뉴스』 2020.05.19. 기사. <https://star.mt.co.kr/stview.php?no=2020051913530754736> 2021.09.06.검색.

4. 맺음말

전 세계에서 가장 큰 규모를 자랑하는 북미 음악시장과 인구수 및 높은 경제 성장률 등을 통해 거대 문화 시장으로서의 잠재력을 보여주는 동남아시아 시장은 우리에게 매우 중요하다. 이곳에서 케이팝을 중심으로 한 한국 음악의 인기 상승률이 높다는 것은 향후 음악 한류의 전망을 비교적 긍정적으로 예측할 근거가 된다(KOFICE, 2019). 특히 동남아시아 국가 중 인도네시아는 인구와 경제력으로 볼 때, 우리에게 매우 중요한 시장이다. 지리적인 위치까지도 아시아인 모두가 케이팝을 맘껏 향유할 수 있게 만들 수 있는 중심 길목에 위치하고 있어 인도네시아는 케이팝 산업의 전초적인 전략적 요충지라고 볼 수 있다. 이에 본고에서는 현재 케이팝 댄스 팀을 운영하거나 댄스 팀에 가입해 왕성하게 활동하고 있는 현지인 16명을 연구 참여자로 선정하여 인도네시아 내 케이팝의 현황과 인기에 대한 요인을 분석해 추후 대 인도네시아 케이팝의 방향성을 고찰하였다. 그 결과, 다음에 몇 가지의 결론을 도출하였다.

첫째, 다양한 스타일의 케이팝을 생산할 수 있는 실력의 케이팝 아이돌들이 출현해야 한다. 송정은·장원호(2013)의 논문에 따르면, 인도네시아는 청소년층 인구의 성장률이 증가하고 있어 젊은 세대를 공략한 한류문화콘텐츠의 발전과 함께 향후 인도네시아의 한류는 지속적으로 성장할 수 있다고 하였다. 그러나 현재 인도네시아에서는 케이팝을 주로 소비하는 젊은 세대에서 비슷한 콘셉트와 음악으로 활동하는 케이팝 아이들에 대하여 부분적으로 점점 진부함을 느끼고 있는 것으로 파악되었다. 화려한 댄스 실력에 비해 따라오지 못하는 아이돌 가수들의 가창 실력에 대한 큰 아쉬움들도 있었다.

전통적으로 발라드 음악이 주로 소비 되던 인도네시아에서는 가창력이 가수의 매우 중요한 덕목으로 자리 잡고 있다. 무대 퍼포먼스가 주를 이루는 케이팝에서는 가창력에 대한 중요성이 과거에 비해 감소되면서 케이팝 아이돌의 가창력 논란은 한국 엔터테인먼트 산업계가 여전히 풀어야 할 큰 과제 중 하나로 보인다. 몇몇 엔터테인먼트 회사에서는 곡의 작사·작곡 및 프로듀싱까지 직접 할 수 있는 아이돌 가수 양성에 힘을 쓰고 있다. 그러나 아직도 많은 아이돌 가수들은 회사 내의 A&R 팀에서 만든 곡들로 활동을 하고 있으며 아이돌 가수들도 자신이 만든 곡이 아니기 때문에 노래와 표현에 있어 제 실력을 발휘하지 못하는 경우도 있다. 따라서 각 엔터테인먼트 회사들은 지속적으로 다방면에서 자신의 진가를 마음껏 발휘할 수 있는 아이돌 양성 시스템을 구축해 나가야 한다. 만약 이러한 문제가 해결된다면 비슷한 스타일의 아이돌 음악이 많다는 비판을 피할 수 있고, 케이팝 아이돌의 가창력 논란 또한 사라지게 될 것이다.

둘째, 각국의 문화와 종교를 조금 더 세심하게 바라보는 관점에서 케이팝을 생산해야 한다. 현재 케이팝은 드라마보다 훨씬 열렬한 호응을 얻으며 인도네시아의 한류를 대표하고 있으며(송정은·장원호, 2013), 한류의 확장추세에 따라 생겨나는 반한류에 대비한 정책적 지원도 조속히 마련해야 한다(박갑룡, 2020). 인도네시아에서 케이팝에 대한 반한류가 나타나는 가장 큰 원인 중 하나는 케이팝 의상과 무대 안무에서 나오는 성정체성의 모호함, 그리고 케이팝 가수들 및 엔터테인먼트 회사들의 반인륜적 행동과 운영 방침이다. 이것은 그들이 가지고 있는 문화적 정체성과 종교적 정체성에 크게 위배되기 때문에 인도네시아의 지속적인 케이팝 성장세에 큰 위기가 될 수 있다. 따라서 우리나라의 엔터테인먼트 회사에서는 사내의 건강한

아이돌 생산 시스템을 통해 케이팝 가수들의 비극적 상황이 초래되는 것을 미연에 방지해야 한다.

뿐만 아니라, 다양한 문화를 적극적으로 수용하고 그를 한국 음악의 정체성으로 만드는 열린 태도 역시 계속 유지되어야 한다(이규탁, 2020). 그리고 한류 열성팬이 아닌 일반 인도네시아인들에게 한국 문화를 알리고 한국인에 대한 편향적인 이미지를 개선할 수 있는 기회를 늘려야 한다(문효진, 2019). 얼마 전 YG엔터테인먼트에서 발표한 블랙핑크 리사의 ‘라리사’ 신곡은 타국의 문화를 케이팝에 적용시켜 다양한 가능성을 보여준 매우 좋은 예라고 할 수 있다. 뮤직비디오에서는 리사가 태국 전통 장신구와 의상을 착용한 모습으로 자주 등장한다. 이에 태국 국민들은 태국을 전 세계에 선물한 것 같은 느낌을 받았으며, 케이팝에 전보다 한층 더 높은 지지와 응원을 보내고 있다. 태국 총리 또한 공식 대변인을 통해 태국 문화의 DNA를 전 세계에 알릴 수 있는 ‘소프트 파워’의 시작이라며 극찬을 보냈다.⁹⁾

따라서 태국 문화와 케이팝이 뒤섞여 이뤄낸 이러한 좋은 예를 바탕으로 인도네시아 문화를 적절하게 반영한 새로운 케이팝의 모색이 필요하다. 만약 그러한 케이팝이 생산된다면 현재 인도네시아의 케이팝은 지금보다 훨씬 강력하고 영향력이 큰 팬덤이 형성될 것이다. 뿐만 아니라, 양국 대중문화 교류는 한 층 더 활발해져 편견을 가지고 케이팝을 바라보는 인도네시아 일부의 시선으로부터 비교적 자유로워질 수 있을 것이다.

셋째, 인도네시아 내 케이팝 팬덤 확장을 위한 다양한 국가 주도

9) 김원장, 「‘라리사’에 열광하는 태국, 총리까지 “소프트 파워”」, 『KBS뉴스』, 2021.09.19. 기사. <https://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=5283786> 2021.09.30.검색.

의 케이팝 관련 수업 개설과 행사 개최가 시급하다. 현재 코로나 팬데믹으로 인해 인도네시아 내 케이팝 관련 수업들이 대체로 잘 진행되지 않고 있다. 현지에서는 수요에 비해 한국인 강사가 매우 부족하여 수준 높은 케이팝 수업을 받기도 힘든 상황이다. 따라서 재외 인도네시아 한국 문화원을 중심으로 여러 케이팝 관련 커뮤니티에서는 코로나 팬데믹이 언제 끝날지 모르는 이러한 상황 속에서 온라인 비대면 케이팝 수업 등과 같은 새로운 방안을 찾아야 한다. 또한 다양한 문화 콘텐츠 관련 이벤트를 개최하여 포스트 코로나 시대에도 케이팝 팬덤이 더욱 성장할 수 있도록 노력해야 한다. 실제로 옆 국가인 태국 재외 한국 문화원에서는 현지인들의 적극적인 케이팝 수업에 대한 수요에 맞춰 현재 한국 엔터테인먼트 업계에서 활동 중인 강사를 섭외하여 비대면 케이팝 아카데미 수업을 진행하고 있다. 이런 과정을 통해 한류와 한국 문화가 자연스럽게 인도네시아인들의 일상생활 속 문화로 수용된다면, 한류 역시 일본의 팝문화와 같이 유행의 흐름에 관계없이 지속적으로 소비될 수 있을 것이다(송정은·장원호, 2013).

본고의 제한점으로는 연구 참여자들이 공통적으로 영어를 구사하는데 아무런 문제가 없었다 할지라도 자국의 언어로 인터뷰가 진행되지 못하여 더 정확한 자기의사 표현이 어려웠다는 점, 족자카르타를 비롯한 일부 지역의 연구 참여자들로 인하여 이들의 답변이 인도네시아인 전체의 의견으로 일반화시키기 어렵다는 점, 인터뷰 내용을 서면으로 주고받았기 때문에 대면 인터뷰보다 더 형식적으로 진행되어 연구 참여자들의 세세한 감정과 의사 전달 수용의 한계가 있었다는 점 등이 있다.

다만 본고는 인도네시아 시장에서의 케이팝 마니아들의 인터뷰를 바탕으로 추후의 현지 전략에 대해서 재고해 볼 수 있다는 점에서

의미가 있다. 또한 본고가 지속적인 인도네시아 케이팝 현황에 대한 연구에 이바지 할 수 있기를 기대한다. 앞으로 나올 후속 연구에서는 본고에서의 제한점을 보완하여 더 전문적이고 포괄적인 연구를 수행하기로 한다. 본고는 그 시론으로서의 구실을 할 것이다.

참고문헌

1. 단행본

- KOFICE. 2018. 「한류백서 2018」.
- KOFICE. 2019. 「글로벌 한류 트렌드 2019」.
- KOFICE. 2019. 「한류백서 2019」.
- KOFICE. 2020. 「글로벌 한류 트렌드 2020」.
- KOFICE. 2020. 「한류백서 2020」.
- KOFICE. 2021. 「해외한류실태조사 2021」.
- 문화체육관광부 해외문화홍보원. 2019. 「국가이미지조사 보고서 2019」.

2. 학회지 논문

- 경의영. 2021. 「인도네시아 무슬림 젊은이들의 ‘세계성’과 ‘종교상’의 문제 - 케이팝 댄스 커버와 히즈라 케이팝 현상」. 『Muslim - Christian Encounter대중음악』. 햇볼트리니티신학대학원 한국이슬람연구소: 14.1:115-156.
- 고광수 · 장유식 · 김태환. 2020. 「인도네시아시장에서 한국 수출상품의 국제 경쟁력 분석」. 『통상정보연구』, 한국통상정보학회: 22.1:267-286.
- 김수정. 김은준. 2016. 「동남아시아 반한류에 나타난 문화적 갈등과 특성: 인도네시아와 베트남을 중심으로」. 『동남아시아연구』, 한국동남아 학회: 26.3:1-50.
- 문효진. 2019. 「한류콘텐츠의 인기 요인, 소비 경로 및 효과에 관한 연구 : 인도네시아 시장을 중심으로」. 『The Journal of the Convergence on Culture Technology(JCCI)』, 국제문화기술진흥원: 5.2:201-206.
- 박갑룡. 2020. 「동남아시아의 한류 동향과 신남방정책 관련 과제 연구: 한국 문화사업교류재단의 한류백서를 중심으로」. 『在外韓人研究』, 재외한인학회: 52:83-120.

- 송정은, 장원호. 2013. 「인도네시아 내 한류의 의미 분석과 향후 발전방안 모색」. 『예술경영연구』. 한국예술경영학회: 26:107-135.
- 이수완. 2016. 「케이팝(K-Pop), Korean과 Pop Music의 기묘한 만남 - K-Pop의 한국 대중음악적 진정성에 대한 탐구」. 『인문논총』. 서울대학교 인문학연구원: 73(1):77-103.
- 이시림, 이수현. 2019. 「한국 아이돌, 그들은 어떻게 살아남는가? : 한국 아이돌 산업 생태계의 생존과 성공 요인」. 『미디어, 젠더 & 문화』. 한국여성커뮤니케이션학회: 34.2:51-98.
- 하재훈, 오유석. 2012. 「인도네시아 족자카르타주의 새마을사업 : 마을 리더십의 성격과 역할」. 『구술사연구』. 한국구술사학회: 3(2):165-201.
- Wiendu Nuryanti(Unkn). “The Role of Cultural Heritage in Tourism and Development: Yogyakarta Case?”. Yogyakarta Tourism Development Board.

2. 학위 논문

- 박지현. 2016. 「인도네시아 한류 수용의 변화와 특성」. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 양상재. 2020. 「페스티벌을 통해 바라본 케이팝의 세계화 방안 고찰」. 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 임지선. 2019. 「해외에서의 K-Pop 지도에 관한 연구」. 세종대학교 융합예술대학원 석사학위논문.
- 최승은. 2021. 「국내외 K-POP 스타 팬덤의 패션·뷰티 이미지 수용에 관한 연구」. 연세대학교 일반대학원 박사학위논문.
- Palupi, Niken Widoretno Dyah. 2020. 사회적 동조성과 한류에 대한 태도 연구 : 인도네시아 수용자를 중심으로. 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.

3. 신문 및 잡지 기사

- 김원장. <라리사>에 열광하는 태국, 총리까지 “소프트 파워”, KBS뉴스,

2021, 09, 19

공미나. <인도네시아 들썩... 목표 그래미” 시크릿넘버, 케이팝 새 바람 일으킬까>, 스타뉴스, 2020, 05, 19

4. 저서

이규탁. 2020. 「갈등하는 케이, 팝」, 스텝체어스.

Abstract

Analysis and Proposals Regarding the Current State of K-Pop Popularity in Indonesia

Yun, Yeong Sam · Zhang, Eu Jeong
(Dankook University · Dankook University Professor)

Out of all Southeast Asian countries, Indonesia is an extremely important country and market in terms of K-pop consumption from a population and economic power standpoint. Therefore, the present study attempts to examine the status of K-pop in the Indonesian market by analyzing the current state and factors pertaining to the popularity of K-pop in Indonesia.

The study selected 16 locals who are either operating or active members of a K-pop dance team and collected data using an interview investigation method in order to accurately identify the current state of K-pop in Indonesia. The study then drew a significant conclusion by analyzing the linguistic meanings extracted from the answers to the 15 specific questions.

First, there must emerge K-pop productions in a variety of styles and K-pop idols who also possess skills. Second, K-pop must be produced in a way that respects the culture and religion of each country. Third, various government-led classes related to K-pop must be opened and many events must be hosted in order to expand K-pop fandom within Indonesia.

The limitations of the present study include the fact that it is difficult to generalize the answers of research participants in a few regions including Yogyakarta as the overall opinion of Indonesians. The present study is significant in that it can reconsider local strategy in the future based on interviews with K-pop fans in the Indonesian market. Furthermore, the study is expected to continuously contribute to the study of the current state of K-pop in Indonesia.

Key words : Indonesia, K-pop, Hallyu, Idol, Popular music

논문 투고일: 2021년 10월 11일

논문 심사 완료일: 2021년 11월 09일

논문 게재 확정일: 2021년 11월 11일