

## Kebijakan Pemerintah dan Daya Saing Platform OTT Lokal di Korea Selatan: Analisis *Diamond Model Porter*

### *Government Policy and Competitiveness of Local OTT Platforms in South Korea: Porter's Model Diamond Analysis*

Melati Ning Maghfiroh<sup>1✉</sup>, Muhammad Rasyid Ridho<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

<sup>2</sup>Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉Corresponding author: melatiningmaghfiroh@fisip.unmul.ac.id

#### Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana pemerintah Korea Selatan meningkatkan daya saing platform over-the-top (OTT) lokal seperti TVING, Wavve, dan Coupang Play di tengah dominasi streaming global. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif, penelitian ini memanfaatkan data sekunder dari dokumen kebijakan pemerintah, literatur akademis, dan laporan industri yang diterbitkan antara tahun 2019 dan 2025. Penelitian ini mengidentifikasi empat penentu utama dari Diamond Model oleh Michael E. Porter yaitu are factor conditions, demand conditions, related and supporting industries, and firm strategy and rivalry yang dibentuk oleh peran ganda pemerintah sebagai katalisator dan penantang. Penelitian ini menunjukkan bahwa inisiatif seperti Digital New Deal, Smart Media Initiative, dan Strategi 5G+ telah mendorong inovasi, meningkatkan infrastruktur, dan memperkuat sinergi industri. Pada saat yang sama, langkah-langkah regulasi mendorong persaingan yang adil dan inovasi yang berkelanjutan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan kebijakan Korea Selatan yang seimbang menopang kemajuan teknologi dan daya saing global dalam ekosistem OTT.

#### Abstract

This research examines how the South Korean government enhances the competitiveness of local over-the-top (OTT) platforms such as TVING, Wavve, and Coupang Play amid global streaming dominance. Using a qualitative case study approach, the research draws on secondary data from government policy documents, academic literature, and industry reports published between 2019 and 2025. Guided by Porter's Diamond Model, the study identifies four key determinants which shaped by the government's dual role as a catalyst and challenger. Findings show that initiatives such as the Digital New Deal, Smart Media Initiative, and 5G+ Strategy have fostered innovation, improved infrastructure, and strengthened industrial synergy. At the same time, regulatory measures encourage fair competition and continuous innovation. The research concludes that South Korea's balanced policy approach sustains both technological advancement and global competitiveness within the OTT ecosystem.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2025 Melati Ning Maghfiroh; Muhammad Rasyid Ridho

#### Article history

Received 2025-08-03

Accepted 2025-10-20

Published 2025-11-30

#### Kata kunci

Daya Saing;  
Kebijakan;  
OTT

#### Keywords

Competitiveness;  
Policy;  
OTT.

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital mengubah cara masyarakat dalam mengakses dan mengonsumsi hiburan terutama untuk streaming film, drama, maupun konten hiburan. Munculnya layanan Over-the-Top (OTT) menjadi salah satu fenomena penting dalam industri media global terutama setelah COVID 19+ (Song, 2021). Platform OTT berfokus pada ekspansi global ke berbagai wilayah, dengan tujuan memperluas platform di pasar global (Nam & Jung, 2024). Netflix dan Disney+ menjadi contoh dari OTT global yang berhasil mendominasi pasar global dengan investasi yang besar, kemampuan distribusi media yang mumpuni, serta pemasaran konten yang massif. Netflix, hadir lebih di 190 negara dan dikenal dengan dominasi produksi serial original. Disney+, yang dikenal dengan memanfaatkan portfolio dari film-film ternama original seperti Marvel, Pixar, dan Star Wars untuk memperluas basis pengguna (Lotz & Eklund, 2024). OTT global berhasil masuk dan mendominasi pasar media global di beberapa negara termasuk di Korea Selatan. Ekspansi yang agresif membuat OTT global bukan hanya platform hiburan tetapi juga instrument geopolitik budaya yang membentuk persepsi, identitas, dan konsumsi masyarakat internasional.

Korea Selatan menjadi salah satu negara tujuan OTT global. Ada beberapa faktor yang membuat OTT global masuk ke pasar media Korea Selatan yaitu, pasar domestik yang potensial. Masyarakat Korea Selatan terbiasa dengan layanan digital karena Korea Selatan memiliki tingkat kecepatan internet yang tinggi sehingga memudahkan masyarakat Korea Selatan dalam memakai layanan digital. Besarnya pengaruh *Korean Wave* (Hallyu) juga menjadi alasan OTT global menjangkau pasar media digital di Korea Selatan. Konten Korea Selatan, terutama drama dan K-Pop memiliki pangsa pasar global yang besar sehingga OTT global di Korea Selatan tidak hanya menjual konten mereka tetapi juga ikut berinvestasi dalam pembuatan konten drama dan film. Dominasi OTT global di Korea Selatan memberikan keuntungan strategis, karena pasar ini juga membuka peluang ekspansi di kawasan Asia lainnya. Regulasi di Korea Selatan juga menjadi alasan ekspansi besar-besaran OTT global, karena regulasi yang diterapkan oleh pemerintah Korea Selatan masih cukup terbuka terutama dalam investasi asing di sektor media digital (Dwyer et al., 2018). Melihat pertumbuhan dan perkembangan konten Hallyu, OTT global memandang K-konten menjadi asset berharga untuk menarik pelanggan, sehingga mereka tidak hanya mendistribusikan konten namun juga turut berinvestasi dalam produksi konten lokal.

Hingga 2025, perkembangan OTT di Korea Selatan menunjukkan pertumbuhan signifikan, baik dari segi jumlah pengguna maupun diversifikasi platform. Layanan OTT di negara ini dapat dikategorikan menjadi dua kelompok utama. Pertama, OTT global mencakup Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, dan Apple TV+ yang secara umum mendominasi pasar melalui kekuatan modal dan distribusi konten internasional. Kedua, OTT lokal seperti TVING, Wavve, Coupang Play, KakaoTV, U+ Mobile TV, dan Watcha, yang berfokus pada produksi dan distribusi konten berbasis budaya Korea untuk menarik konsumen domestik (Wei & Cha, 2025). Pembagian ini mencerminkan dinamika, persaingan antara pemain global dan lokal yang semakin intensif seiring meningkatnya penetrasi pengguna OTT di Korea Selatan. Melihat banyaknya dan tingginya persaingan OTT di Korea Selatan, dibutuhkan peran pemerintah Korea Selatan untuk menciptakan daya saing OTT lokal di tengah gempuran OTT global.

Penelitian ini berkontribusi karena menjelaskan bagaimana pemerintah Korea Selatan dalam meningkatkan daya saing platform OTT lokal melalui kebijakan yang terkoordinasi di bidang teknologi, industri, dan budaya. Dengan menggunakan *Diamond Model* dari Michael E. Porter, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana inovasi yang dipimpin negara mendukung transformasi digital dan keberlanjutan pasar. Adapun temuan dari penelitian ini menawarkan implikasi praktis bagi para pembuat kebijakan dan menjadi referensi bagi studi perbandingan di negara-negara ekonomi kreatif lainnya.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif untuk mengkaji bagaimana pemerintah Korea Selatan memperkuat daya saing platform OTT lokal. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari literatur akademis, dokumen kebijakan pemerintah, dan laporan kelembagaan

dari MSIT, MCST, dan KOCCA, yang mencakup periode 2019–2025. Data dianalisis melalui analisis konten tematik dengan menggunakan konsep *Diamond Model* oleh Michael E. Porter, dengan fokus pada empat faktor daya saing dan peran ganda pemerintah sebagai katalis sekaligus penantang dalam perkembangan industri OTT.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **3.1. Dominasi OTT Global di Korea Selatan**

Ekspansi OTT global di Korea Selatan mulai pada 2016 dengan kehadiran Netflix. Meskipun sudah hadir di 2016, Netflix baru memasuki pasar produksi drama Korea Selatan di 2019 dengan konten orisinal yaitu *Kingdom*. Drama ini mencapai kesuksesannya di kancah internasional yang membuat Netflix semakin berinvestasi di Korea Selatan dalam proses pembuatan produksi. Puncaknya di 2021, serial *Squid Game* menjadi drama produksi Netflix yang berhasil menjadi serial yang paling banyak ditonton dalam sejarah Netflix (Park & Hong, 2023). Keberhasilan ini menegaskan dua hal; pertama, bahwa Korea Selatan telah menjadi pusat produksi konten global, kedua; Netflix berhasil memonopoli konten Korea Selatan ke pasar global dengan memanfaatkan kekuatan platform globalnya.

Melihat kesuksesan besar Netflix di pasar Korea Selatan, Disney+ turut memasuki pasar OTT Korea Selatan pada November 2021 (Disney Plus, 2021). Berbeda dari Netflix, di awal Disney+ sudah memiliki pangsa pasar sendiri karena adanya konten unggulan global populer seperti Marvel, Star Wars Pixar, National Geographic, dan lainnya. Meskipun begitu perkembangan Disney+ di pasar OTT Korea Selatan tidak serta merta langsung melejit karena besarnya dominasi Netflix saat itu. Untuk menggaet target pasar baru, Disney+ bekerja sama dengan JTBC untuk membuat drama orisinal yaitu *Snowdrop* di 2021, *Big Bet* 2022 dan terutama *Moving* (2023) yang berhasil menarik perhatian domestik maupun internasional (Ziwei, 2023). Keberhasilan *Moving* menjadi titik penting yang menjadikan Disney+ sebagai kompetitor utama Netflix di pasar Korea Selatan.

Kesuksesan Netflix dan Disney+ membuat Amazone Prime Video dan Apple TV juga ikut melebarkan sayapnya ke pasar OTT di Korea Selatan. Namun, kedua OTT global ini masih belum mendapatkan perhatian dari masyarakat Korea Selatan karena konten yang terdapat di dua OTT tersebut kurang lokalisasi konten berbahasa Korea sehingga masyarakat Korea Selatan belum sepenuhnya tertarik dengan konten-konten yang ditawarkan oleh Amazon Prime Video dan Apple TV.

#### **3.2. Kehadiran OTT Lokal**

Perkembangan industri OTT di Korea Selatan tidak dapat dilepaskan dari dinamika transformasi media global yang ditandai oleh digitalisasi, konvergensi teknologi, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Sejak awal 2010-an, berbagai OTT lokal hadir sebagai bentuk respons terhadap disrupsi digital sekaligus sebagai strategi industri penyiaran nasional untuk menjaga daya saing menghadapi platform global seperti Netflix dan Disney+.

OTT lokal pertama kali hadir pada 2010, yaitu TVING oleh CJ HelloVision yang lalu diambil alih oleh CJ ENM. Pada fase awal, TVING hanya berfokus pada penayangan konten milik CJ ENM seperti tvN, OCN, dan Mnet (T. Kim, 2010). Kemudian pada 2019, TVING diambil alih oleh CJ ENM dan JTBC, dampaknya, TVING melakukan perubahan dan memperluas katalog konten yang dimiliki (CJ ENM, 2019). Ini bertujuan untuk daya saing di pasar OTT yang semakin kompetitif. Kehadiran TVING memberikan ruang baru bagi kompetisi pasar OTT di Korea Selatan karena konten yang tersedia merupakan konten eksklusif dan premium.

Selanjutnya, pada 2012 hadir Pooq. Pooq merupakan OTT lokal yang dibentuk dari hasil kerja sama tiga stasiun TV public MBC, SBS, dan KBS (J.-S. Lee et al., 2017). Kehadiran Pooq menjadi bukti bahwa kolaborasi antar penyiar publik dalam menghasilkan energi untuk mempertahankan relevansi di era digital. Lalu, di 2016, Oksusu diluncurkan oleh SK Telecom sebagai layanan streaming untuk drama, film, dan lainnya (T. Kim, 2022). Kehadiran Oksusu memperluas spektrum kompetisi OTT lokal, tidak hanya antar penyiar televisi, tetapi juga dengan perusahaan teknologi yang memiliki sumber daya finansial dan jaringan luas.

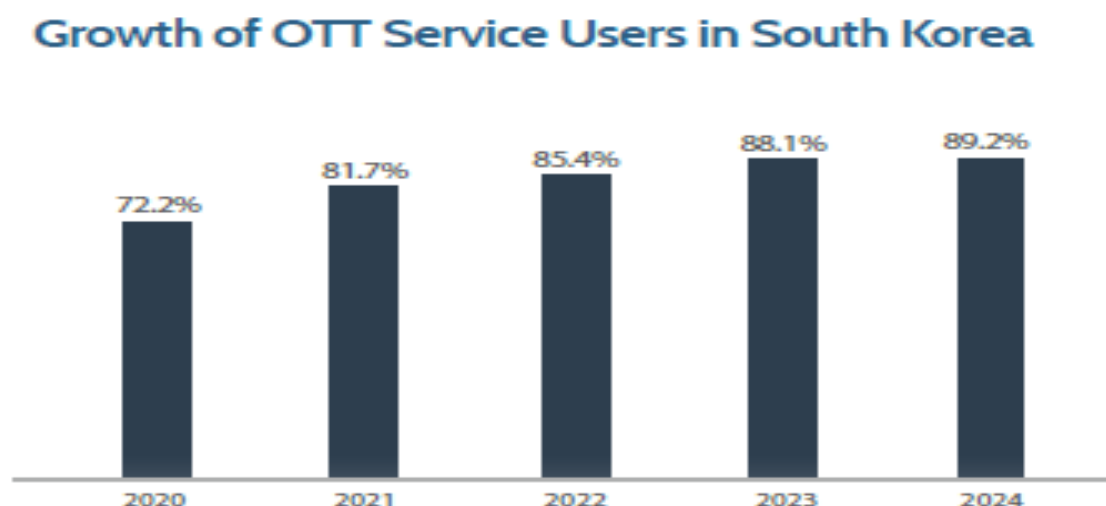
Seiring berkembangnya dominasi Netflix, Wavve hadir di 2019. Wavve merupakan layanan streaming hasil merger dari Pooq dan Oksusu (T. Kim, 2022). Kehadiran Wavve memperkuat posisi OTT lokal dengan basis konten domestik yang kuat, sekaligus menegaskan pentingnya kolaborasi sebagai strategi menghadapi kompetitor global. Salah satu keunggulan dari Wavve adalah pemutaran drama-drama dan variety show dari tiga perusahaan TV publik terbesar di Korea Selatan beserta arsip klasik.

Di 2020, Coupang Play sebagai OTT lokal hadir menjadi kompetitor baru di pasar OTT Korea Selatan. Platform ini dibentuk oleh Coupang, salah satu e-commerce terbesar di Korea Selatan, yang berupaya mendiversifikasi bisnisnya ke sektor hiburan digital. Untuk memperkuat posisinya di pasar OTT Korea Selatan, Coupang Play berhasil mengamankan hak siar olahraga premium seperti Liga Inggris (EPL), UFC, hingga pertandingan olahraga internasional. Tak hanya itu (Jeong, 2025), Coupang Play juga menggunakan strategi pemasaran yang berbeda yaitu dengan membundel layanan streaming ke dalam bundle Coupang Wow membership. Selain itu, Coupang Play juga menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan dua OTT lokal lain, Wavve dan TVING.

Meskipun platform global seperti Netflix dan Disney+ telah mendominasi di pasar OTT di Korea Selatan, platform OTT lokal tetap menunjukkan daya saing yang signifikan dengan menerapkan strategi yang berbeda. Para OTT lokal seperti TVING, Wavve, Watcha, dan Coupang Play menerapkan pendekatan berbasis kearifan lokal, pemahaman budaya, serta preferensi konsumen lokal untuk menarik perhatian masyarakat untuk mau berlangganan platform OTT lokal. Oleh karena itu, OTT lokal di Korea Selatan menitikberatkan strateginya pada produksi dan kurasi konten lokal yang menyesuaikan gaya dan narasi konten dengan konteks sosial serta nilai-nilai lokal yang dengan kehidupan masyarakat Korea Selatan. Misalnya, drama, reality show, atau dokumenter yang dibuat oleh platform lokal sering kali menampilkan isu-isu yang relevan di Korea Selatan. Pendekatan ini menjadi keunggulan tersendiri bagi platform OTT lokal untuk dapat bersaing di pasar OTT di Korea Selatan.

### 3.3. Daya Saing OTT di Korea Selatan: Pertumbuhan Pasar, Investasi Konten dan Strategi Harga

Persaingan layanan OTT di Korea Selatan menunjukkan tren pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. Fenomen ini terlihat dari gambar 1, yang menunjukkan dari 2020-2024, pertumbuhan pengguna layanan OTT di Korea Selatan rata-rata naik sebesar 5% setiap tahunnya (Invest Korea, 2025). Kenaikan angka tersebut cukup stabil mengingat tingkat penetrasi *smartphone* di Korea Selatan juga tinggi.



Gambar 1. Perkembangan Pengguna Layanan OTT di South Korea 2020-2024

Sumber: (Invest Korea, 2025)

Lebih lanjutnya, berdasarkan data dari Global Information (GII), ukuran pasar OTT di Korea Selatan mencapai USD 542,3 miliar pada 2024. Pasar ini juga diproyeksikan tumbuh dengan angka

pertumbuhan tahunan rata-rata 37,1% dari 2024 hingga 2030 dan diprediksi akan mencapai sekitar USD 3,6 triliun di 2030 (Invest Korea, 2025). Pertumbuhan ini tidak terlepas dari peran strategis konten Korea (K-content) yang diproduksi dan didistribusikan oleh berbagai platform OTT, baik domestik maupun global. Popularitas K-content yang berhasil menembus pasar internasional turut memperkuat daya tarik layanan OTT di pasar domestik.

Meningkatnya konsumsi konten Korea baik di level domestik maupun internasional secara langsung membuat produksi konten Korea semakin tinggi. Hal ini dimanfaatkan oleh platform OTT di Korea Selatan untuk melakukan investasi untuk industri konten Korea guna memproduksi konten orisinal. Platform OTT global seperti Netflix dan Disney+ melakukan investasi besar-besaran untuk memproduksi konten Korea. Di 2023, Netflix melakukan investasi sebesar \$2.5 miliar untuk produksi konten Korea dalam jangka waktu empat tahun melalui kerja sama dengan studio produksi lokal. Nilai investasi dari Netflix memperlihatkan bahwa platform OTT global memiliki keunggulan tersendiri dalam hal pendanaan.

Meningkatnya konsumsi konten Korea, baik di dalam negeri maupun secara internasional, secara langsung telah mendorong ekspansi industri produk konten Korea. Lonjakan permintaan ini mendorong platform OTT Korea Selatan seperti TVING, Wavve, dan Coupang Play untuk mengintensifkan investasi mereka dalam program orisinal produk lokal guna memperkuat daya saing pasar dan identitas mereka. Di saat yang sama, layanan streaming global seperti Netflix dan Disney+ telah mengakui nilai komersial dari budaya media Korea, yang mendorong investasi internasional. Misalnya, di 2023, Netflix mengumumkan investasi sebesar US\$ 2,5 miliar dalam produksi konten Korea dalam jangka waktu empat tahun melalui kemitraan dengan studio-studio domestik (Bae & Toh, 2023). Secara kolektif, perkembangan ini menggambarkan bagaimana meningkatnya minat global terhadap konten Korea yang telah mengubah lanskap media nasional, menjadikannya pendorong utama inovasi dan kolaborasi lintas batas dalam industri hiburan global.

Sementara itu di platform OTT lokal, CJENM melalui TVING menginvestasikan 270 miliar KRW di 2022 (Seon, 2022). Lalu di awal 2025, CJENM melalui TVING berencana untuk investasi produksi dan distribusi konten sebesar 1.15 triliun KRW (Y. Lee, 2025). Selain TVING, platform lokal seperti Wavve juga turut menginvestasikan 1 triliun KRW untuk konten asli dari 2023 hingga 2025 (S. Lee, 2021). Oleh karena itu, besaran investasi yang dilakukan oleh platform OTT menentukan kapasitas produksi dan kualitas konten orisinal yang menjadi indikator penting dalam persaingan di industri OTT Korea Selatan.

Daya saing di industri OTT di Korea Selatan juga dipengaruhi biaya berlangganan platform OTT lokal. Selain kualitas konten, tingginya biaya berlangganan mempengaruhi masyarakat untuk berlangganan platform tertentu. Misal, biaya berlangganan TVING paling murah yaitu *basic plan* 9.500 KRW, Wavve sebesar 7.900 KRW untuk *basic plan* (Lim, 2025). Lalu, Coupang Play 7.890 KRW dan tambahan 9.900 KRW untuk biaya langgan konten olahraga (Jeong, 2025a).

Sementara itu, platform OTT global seperti Netflix mulai dari 13.500 KRW untuk *standard plan*, namun seiring tingginya kompetisi di industri ini per Mei 2025, Netflix menawarkan harga termurah yaitu 7.000 KRW untuk *ad-supported plan* (G. Lee, 2025). Sementara itu, biaya langgan Disney+ yaitu 9.900 KRW untuk *standard plan* (Jang Woo-jeong, 2025). Jika dilihat dari data di atas, bisa disimpulkan OTT lokal menawarkan biaya langgan lebih rendah dari OTT global. Hal ini membuat persaingan harga antar penyedia layanan OTT di Korea Selatan semakin kompetitif, terutama dalam menarik pelanggan dari berbagai segmen pasar.

Berdasarkan data dari WiseApp and Retail per Januari 2025, OTT dengan jumlah pengguna terbanyak di Korea Selatan adalah Netflix dengan jumlah pengguna mencapai 14,2 juta. Selanjutnya, ada Coupang Play dengan 7,6 juta pengguna, TVING dengan 6,3 juta pengguna, Wavve dengan 2,7 juta pengguna, dan Disney+ dengan 2,4 juta pengguna (Invest Korea, 2025). Dari data di sebelumnya, terlihat jika Netflix mendominasi pasar OTT di Korea Selatan namun, pertumbuhan OTT lokal seperti Coupang Play dan TVING juga bertumbuh dengan pesat.

Persaingan layanan OTT di Korea Selatan dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu pertumbuhan pasar yang pesat, investasi yang besar dalam produksi konten Korea, serta strategi harga yang kompetitif. Dominasi OTT global seperti Netflix dan Disney+ menggambarkan besarnya pengaruh

kapital dan jaringan distribusi internasional, sementara OTT lokal menunjukkan resistensi yang kuat. Oleh karena itu, dibutuhkan peran pemerintah Korea Selatan untuk menciptakan dan memastikan keberlangsungan OTT lokal di tengah gempuran OTT global.

### 3.4. Peran Pemerintah Korea Selatan dalam Mendorong Daya Saing OTT Lokal

Industri layanan Over-the-Top (OTT) di Korea Selatan telah mengalami pertumbuhan pesat selama dua dekade terakhir. Perkembangan ini dipengaruhi oleh dinamika globalisasi media, penetrasi teknologi digital, serta popularitas budaya *hallyu* di tingkat global. Saat ini, OTT bukan hanya platform hiburan namun juga menjadi instrument geopolitik budaya yang memperluas pengaruh Korea Selatan di level internasional. Namun, pertumbuhan tersebut diiringi oleh tantangan, khususnya dominasi platform OTT global yang membatasi ruang gerak penyedia layanan lokal. Oleh karena itu, diperlukan dukungan strategis dari pemerintah Korea Selatan untuk meningkatkan daya saing OTT lokal, sehingga mampu bertahan dan berkembang di tengah intensitas persaingan dengan pemain global. Terdapat beberapa indikator yang menjelaskan upaya pemerintah Korea Selatan dalam mendorong daya saing OTT lokal yang berdasarkan konsep keunggulan kompetitif dari Michael E. Porter.

### 3.5. Factor Conditions

*Factor conditions* merupakan salah satu indikator dalam kerangka Diamond Model yang berfokus pada peningkatan sumber daya manusia (sdm) serta infrastruktur yang tersedia di suatu negara untuk mendukung daya saing suatu industri. Pada konteks industri OTT Korea Selatan, pemerintah Korea Selatan melalui KOCCA melakukan pengembangan sumber daya manusia serta infrastruktur teknologi (KOCCA, 2023a). Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan industri serta agar OTT lokal memiliki daya saing yang tinggi dengan platform OTT global.

Pada pengembangan sdm, KOCCA melakukan pelatihan teknis terhadap pekerja profesional muda di bidang terkait seperti perfilman musik, game, dan media digital di sekolah pascasarjana yang berfokus pada layanan streaming. Untuk mendukung pelatihan tersebut, salah satu upaya yang dilakukan pemerintah Korea Selatan adalah dengan melakukan investasi sebesar 1,9 miliar won di 2022 (Shim, 2022). Investasi pada pelatihan ini dilakukan supaya para sdm memiliki kualitas yang tinggi di bidang tersebut sehingga dapat menghasilkan konten orisinal yang berkualitas tinggi.

Strategi lain yang dilakukan oleh KOCCA adalah dengan membuat program inkubasi seperti *Content Korea Lab* (CKL). Pada program ini, KOCCA memfasilitasi proses belajar, mentoring, dan mendanai proyek-proyek yang inovatif untuk mendukung kebutuhan industri (Sung, 2023). Kehadiran program inkubasi ini dapat menjadi tempat untuk membentuk sdm yang siap menghadapi dinamika industri OTT di Korea Selatan. Lebih lanjutnya, program inkubasi ini juga selaras dengan strategi nasional Korea Selatan yang menetapkan *content industry* sebagai sektor prioritas pembangunan sdm kreatif.

Pemerintah Korea Selatan telah memprioritaskan penguatan perlindungan kekayaan intelektual (HKI) sebagai pilar utama kerangka kebijakan budaya dan teknologinya. Dalam konteks industri OTT yang berkembang pesat, tata Kelola HKI yang kuat sangat penting, tidak hanya menjaga keaslian kreatif tetapi juga untuk mendorong inovasi berkelanjutan dan daya saing industri. Inisiatif pemerintah seperti revisi Undang-Undang Hak Cipta dan pembentukan Lembaga khusus, termasuk KOCCA dan Pusat Bisnis HKI Konten yang mencerminkan upaya strategis untuk meningkatkan infrastruktur hukum dan administratif bagi pendaftaran, pengelolaan, dan komersialisasi kekayaan intelektual terkait konten. Lembaga-lembaga tersebut memfasilitasi terciptanya ekosistem yang mendukung bagi produsen konten dan platform OTT dengan menyediakan panduan, pendanaan, dan peluang jaringan internasional. Program seperti Content IP Biz-Fair dari KOCCA merupakan contoh peran pemerintah dalam memungkinkan kreator untuk mengamankan, melisensikan, dan memonetisasi hak cipta di dalam negeri dan global (KOCCA, 2023b). Secara kolektif, langkah-langkah tersebut menunjukkan bagaimana kebijakan pemerintah terhadap kekayaan intelektual dapat berfungsi sebagai alat penggerak pembangunan ekonomi kreatif yang dapat memperkuat posisi Korea Selatan sebagai negara pengekspor konten digital dan budaya terkemuka.

Pemerintah Korea Selatan secara aktif mengembangkan infrastruktur teknologi untuk meningkatkan daya saing platform OTT lokalnya. Salah satu bagian dari upaya tersebut adalah dengan adanya kebijakan inovasi digital nasional seperti Digital New Deal dan Smart Media Initiative yang telah diterapkan untuk mendorong kemajuan teknologi di bidang media dan komunikasi. Melalui dua kebijakan tersebut, pemerintah Korea Selatan menyediakan berbagai macam program seperti hibah penelitian dan mendirikan pusat inovasi teknologi media khusus untuk mendukung kolaborasi antara akademisi, industri, dan Lembaga publik (Yoon, 2021). Inisiatif-inisiatif tersebut bertujuan untuk menumbuhkan ekosistem penelitian yang mendorong pengembangan teknologi media seperti sistem rekomendasi konten berbasis AI, perangkat produksi media yang imersif, dan infrastruktur streaming berbasis cloud yang dapat memperkuat fondasi teknologi industri OTT Korea Selatan.

Untuk meningkatkan kualitas pengalaman streaming di platform OTT lokal, pemerintah Korea Selatan melalui *Ministry of Science and ICT* (MSIT) secara aktif mempromosikan integrasi jaringan 5G dengan industri strategis seperti media, hiburan, dan produksi konten digital. Inisiatif ini merupakan bagian dari *5G+ Strategy for Innovative Growth*, yang mengidentifikasi "*immersive content*" dan "*smart media service*" sebagai sektor kunci untuk konvergensi industri. Implementasi jaringan 5G telah membentuk lanskap operasional layanan OTT lokal seperti TVING, Wavve, dan Watcha, menyediakan latensi yang sangat rendah dan kemampuan streaming bandwidth tinggi. Hasilnya, pengguna dapat menikmati streaming video 4K dan 8K yang lancar, penyiaran secara *real-time*, dan pengalaman AR/VR yang imersif (Hong et al., 2023). Peningkatan ini telah meningkatkan daya saing platform lokal yang mempersempit kesenjangan teknologi dengan platform global seperti Netflix dan Disney+.

### 3.6. Demand Conditions

Menurut *Diamond Model Porter*, *demand conditions* mengarah pada skala dan kecanggihan pasar domestik dalam memberikan pengaruh terhadap inovasi dan daya saing perusahaan. Kehadiran konsumen dengan tuntutan tinggi di pasar lokal dapat mendorong perusahaan untuk selalu meningkatkan kualitas produk dan layanan. Dalam konteks OTT Korea Selatan, pasar domestik yang canggih dan jika disatukan dengan intervensi strategis dari pemerintah Korea Selatan bisa memberikan kontribusi dalam memperkuat dan meningkatkan daya saing platform OTT lokal seperti Wavve, TVING, dan Coupang Play.

Korea Selatan dapat dikategorikan sebagai negara dengan ekosistem digital yang sangat berkembang dan tingginya masyarakat yang paham dengan literasi digital. Menurut data dari KOCCA, 90% penduduk Korea Selatan secara aktif menggunakan ponsel pintar dan 89,3% menggunakan layanan OTT di 2024 (K. Kim et al., 2024; The Asia Business Daily, 2024). Hal ini memperlihatkan struktur permintaan domestik yang matang dan berorientasi pada teknologi. Selain itu, masyarakat Korea Selatan terbiasa dengan hasil produksi konten yang berkualitas tinggi terutama konten-konten seperti drama, film, dan lainnya. Dampaknya adalah platform OTT lokal dituntut untuk terus berinovasi di berbagai bidang seperti produksi konten, algoritma rekomendasi, hingga teknologi streaming untuk memenuhi ekspektasi domestik.

Berbeda dari kerangka asli Porter yang menyatakan jika pemerintah memiliki pengaruh yang bersifat eksternal, dalam konteks penelitian ini, pemerintah Korea Selatan berperan sebagai katalis yang dapat menguatkan *demands conditions*. KOCCA dan Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata (MCST) telah mengembangkan kebijakan yang bertujuan untuk menjaga kualitas dan kuantitas OTT lokal. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, pemerintah Korea Selatan mengeluarkan inisiatif yaitu *K-Content & Media Strategic Fund* dan *OTT Industrial Promotion Programs*. Di 2024, melalui K-Content & Media Strategic Fund, pemerintah Korea Selatan memberikan dana sebesar 600 miliar KRW bersama sektor swasta selama lima tahun ke depan. Dana tersebut digunakan untuk meningkatkan produksi industri konten lokal serta mengamankan IP (WelCon, 2024). Hal ini dilakukan agar platform lokal dapat meningkatkan standar kreativitas untuk konten digital agar dapat memenuhi harapan dari pasar domestik yang menuntut kualitas tinggi sekaligus untuk persiapan ekspansi di level global.



### 3.7. *Related and Supporting Industries*

Berdasarkan *Diamond Model* Porter related and supporting industries memiliki peranan penting dalam meningkatkan kompetitif nasional dengan menyediakan kapabilitas pendukung, transfer teknologi, dan jaringan inovasi guna memperkuat rantai nilai industri. Dalam konteks industri OTT Korea Selatan, pemerintah secara strategis telah membina sektor-sektor pendukung terkait industri ini seperti teknologi informasi, dan *cloud computing*. Hal ini bertujuan untuk membentuk ekosistem antar industri yang sinergis untuk mendukung daya saing platform OTT lokal.

Pemerintah Korea Selatan juga memperkuat industri *cloud computing* di Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan melalui MSIT, melakukan investasi di industri ini melalui proyek K-Cloud sebesar 403,1 miliar won dari 2025 – 2030 (Ministry of Science and ICT, 2025). Hadirnya proyek K-Cloud ini dapat mengurangi ketergantungan terhadap *cloud computing* global seperti AWS, Google Cloud, dan lainnya. Selain itu, K-Cloud dapat memperkuat infrastruktur digital dalam industri OTT lokal dan meningkatkan efisiensi teknis dan biaya sehingga biaya tersebut bisa dialihkan untuk produk dan operasional layanan OTT lainnya.

Seiring dengan berkembangnya teknologi media terutama artificial intelligence (AI), pemerintah Korea Selatan menyadari pentingnya AI dalam meningkatkan daya saing platform OTT lokal. Di rencana strategis terbaru, MSIT berkomitmen untuk melakukan investasi untuk pengembangan AI dalam produksi konten Korea guna memperkuat posisi OTT lokal. Salah satu bagian dari rencana strategis tersebut adalah pemerintah Korea Selatan berencana untuk melakukan inovasi di industri OTT dengan menerapkan teknologi AI seperti *AI dubbing*, *AI production* dan produk AI lainnya pada konten media. Pemerintah Korea Selatan juga menargetkan peningkatan penggunaan AI di industri media dari 10% di 2023 menjadi 50% di 2027 (N. Kim, 2024). Kebijakan ini menggambarkan korelasi di masa depan yang dimana AI dipandang penting dalam proses produksi media.

Selanjutnya, ada sektor Efek Visual (VFX) yang memiliki peran krusial sebagai industri pendukung dalam memperkuat kinerja dan daya saing industri konten OTT. Seiring dengan meningkatnya permintaan akan visual cerita yang berkualitas tinggi di antara platform OTT lokal seperti TVING, Wavve, dan Watcha, yang kemudian mendorong pertumbuhan pesat kebutuhan VFX untuk mendukung industri OTT. Pertumbuhan industri VFX membuat rumah produksi seperti CJ ENM berinvestasi di industri ini untuk mendorong penggunaan VFX pada konten yang diproduksi (Park, 2023).

Menyadari pentingnya peran sektor VFX untuk memperbaiki rantai nilai konten digital, pemerintah Korea Selatan melalui KOCCA memberikan bantuan berupa pendanaan inkubasi dan program pengembangan bakat untuk membantuk startup VFX dan perusahaan pasca produksi. Program-program tersebut bertujuan untuk menggabungkan industri kreatif seperti film animasi dan *game* yang memiliki teknologi produksi serupa (IMARC Group, n.d.). Konvergensi ini dapat mempercepat dalam rendering real-time dan produksi visual yang mana kedua hal tersebut penting untuk konten eksklusif OTT.

### 3.8. *Firm Strategy, Structure, and Rivalry*

Terakhir adalah mengkaji mengenai peran strategis pemerintah Korea Selatan dalam mempengaruhi salah satu indikator dari keuntungan nasional yaitu *firm strategy, structure, and rivalry*. Ini menjelaskan bagaimana perusahaan dikelola dan diorganisir dengan baik, persaingan di domestik, dan strategi yang diterapkan yang mana mempengaruhi kebijakan pemerintah. Pada konteks industri OTT di Korea Selatan, pemerintah telah berupaya meningkatkan daya saing dari OTT lokal dengan menciptakan kondisi keuangan yang kondusif bagi kemudahan strategis dan persaingan domestik yang semakin intensif. Upaya yang dilakukan tidak hanya sebagai respon dari dominasi OTT global namun juga sebagai strategi untuk memperluas jangkauan media dan platform digital Korea Selatan di level internasional.

Salah satu upaya pemerintah Korea Selatan dalam strategi perusahaan di industri OTT adalah melalui kebijakan fiskal. Per Januari 2024, pemerintah Korea Selatan melalui amandemen Undang-Undang *Restriction of Special Taxation* yang memperluas kredit pajak terhadap pelaku di industri OTT dengan pengurangan antara 5% untuk perusahaan besar, untuk perusahaan menengah 10% dan 15% untuk perusahaan kecil dari biaya produksi (PwC, 2025). Kebijakan ini secara langsung



memberikan dampak terhadap rendahnya biaya produksi dan mendorong perusahaan untuk terlibat secara langsung dalam membuat konten orisinal dengan anggaran yang tinggi serta dengan kualitas yang tinggi juga. Hal ini menjadi penting karena HKI yang asli menjadi salah satu kunci dalam diferensiasi dan keunggulan domestik yang dapat meningkatkan daya saing OTT lokal.

Dalam kerangka struktur perusahaan, ada berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan yaitu melalui kebijakan subsidi dan mendorong merger antar perusahaan. Di Korea Selatan, kebijakan pemerintah telah memberikan pengaruh terhadap evolusi struktur platform OTT lokal, mendukung integrasi vertikal, diverifikasi ekosistem dan kolaborasi industri. Pertama, dukungan finansial dari pemerintah terkait produksi konten membuat platform OTT seperti TVING dan Wavve dapat meninternalisasi rantai nilai produk yang lebih banyak. Contohnya adalah Kementerian Budaya mengalokasikan 45,4 miliar KRW di 2023 untuk produksi drama dan film sebagai konten untuk OTT, lalu ditambah 30 miliar KRW untuk layanan paska produksi seperti *dubbing* (Kwak, 2023). Adanya subsidi membuat perusahaan OTT lokal tidak hanya berfokus dalam proses distribusi namun juga memproduksi konten orisinal dan eksklusif untuk OTT tersebut.

Selanjutnya, pemerintah Korea Selatan secara aktif mendukung *consortium-based firm structures* di industri OTT untuk memperkuat daya saing domestik (Chae, 2019). Salah satu contohnya adalah Wavve. Wavve merupakan proyek hasil kerja sama yang dibentuk oleh SK Telecom dan tiga stasiun penyiaran utama di Korea Selatan yaitu KBS, MBC, dan SBS (Kang, 2024). Tipe struktural ini menghadirkan konsolidasi sumber daya, menggabungkan infrastruktur telekomunikasi dengan kemampuan konten produksi. Dengan memfasilitasi kerja sama tersebut, pemerintah bertujuan untuk menguatkan kapasitas platform lokal untuk bersaing dengan OTT global seperti Netflix, sekaligus mendorong industri media nasional yang lebih terpadu.

Terakhir, mengenai rivalitas domestik. Rivalitas domestik mempunyai peran utama dalam meningkatkan daya saing internasional suatu perusahaan. Kompetisi lokal yang kuat membuat perusahaan untuk berinovasi dan differensiasi. Pada konteks industri OTT, pemerintah Korea Selatan secara aktif membentuk persaingan yang intensif serta berkualitas melalui kombinasi dari subsidi, investasi strategis, dan reformasi kebijakan.

Salah satu upaya utama dari pemerintah Korea Selatan adalah subsidi content yang bertujuan untuk mendorong peningkatan kualitas konten yang berkualitas tinggi dan relevan dengan budaya atau nilai lokal. Misalnya, MCST telah menyiapkan dana sebesar ratusan miliar won untuk mendukung pengembangan "*killer content*" yang dirancang untuk menarik perhatian pelanggan domestik maupun internasional (J. Kim & Lee, 2023). Upaya ini dilakukan agar masing-masing platform OTT lokal memiliki karakternya tersendiri dalam memproduksi konten.

Bersamaan dengan itu, pemerintah juga mengambil langkah untuk mengatur dominasi platform global serta domestik untuk memastikan kondisi pasar yang adil. Untuk mewujudkan hal tersebut, pemerintah Korea Selatan melalui Korea Communications Commission (KCC) mengajukan *Platform Competition Promotion Act* yang bertujuan untuk mengurangi Tindakan monopoli terutama pada akses data, visibilitas konten, dan tarif komisi (Wei & Cha, 2025). Upaya ini dilakukan untuk mencegah dominasi pasar oleh aktor tertentu sehingga platform kecil dan menengah dapat kesempatan yang adil dalam berkompetisi.

Analisis industri OTT Korea Selatan melalui *Diamond Model* Porter menunjukkan bagaimana kebijakan pemerintah yang terkoordinasi telah memperkuat daya saing nasional di berbagai sektor. Setiap komponen model yaitu, *factor conditions*, *demand conditions*, *related and supporting industries*, dan *firm strategy, structure, and rivalry* memperlihatkan bagaimana strategi transformasi digital Korea Selatan menyelaraskan inovasi teknologi dengan perkembangan budaya dan industri.

Temuan dari empat indikator *Diamond Model* Porter memperlihatkan sistem yang saling memperkuat yang mendasari daya saing industri OTT lokal Korea Selatan. Setiap indikator saling berkaitan secara dinamis satu sama lain yang membentuk ekosistem di mana infrastruktur teknologi, kolaborasi industri, kecanggihan pasar, dan persaingan strategis secara kolektif mendorong inovasi. Keterlibatan aktif pemerintah melalui inisiatif seperti *Digital New Deal*, *Smart Media Initiative*, *K-Cloud Project*, dan *K-Content & Media Strategic Fund* memastikan bahwa faktor-faktor ini tidak terisolasi tetapi saling bergantung. *Factor Conditions* yang kuat memungkinkan kemampuan produksi yang maju; *demand conditions* yang meningkat mendorong keunggulan

kreatif dan teknis; *related & supporting industries* yang kuat menyediakan sinergi teknologi dan keuangan; dan strategi perusahaan yang kompetitif mendorong inovasi dan efisiensi yang berkelanjutan. Bersama-sama, komponen-komponen yang saling terhubung tersebut menciptakan ekosistem yang mandiri di mana platform OTT Korea Selatan dapat meningkatkan ketahanan dan daya saing global mereka. Berikut ringkasan hubungan tersebut yang tersedia pada Tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1. Temuan Utama Berdasarkan *Diamond Model* Porter**

| Indikator                                    | Kebijakan/Program Pemerintah   | Dampak terhadap Platform OTT Lokal  |
|--|--|---|
| <i>Factor Conditions</i>                     | 5G, Digital New Deal, Smart Media Initiative, Pelatihan SDM                        | Meningkatkan daya saing teknologi dan sdm                                     |
| <i>Demand Conditions</i>                     | <i>K-Content &amp; Media Strategic Fund</i>  | Menstimulasi inovasi dan kreativitas yang tinggi dalam proses produksi konten |
| <i>Related &amp; Supporting Industries</i>   | Proyek K-Cloud: Investasi pada AI dan VFX  | Meningkatkan sinergitas produksi, efisiensi teknologi, dan optimasi biaya.    |
| <i>Firm strategy, structure, and rivalry</i> | Insentif pajak, subsidi produksi, dan <i>merger</i> yang didukung oleh MSIT & MCST | Menguatkan persaingan domestik dan meningkatkan daya saing global             |

**3.9. Peran Pemerintah: Katalis dan Penantang**

Pada *Diamond Model* oleh Porter, pemerintah mendorong kemajuan dan membentuk persaingan, yang membentuk bagaimana industri menjadi lebih unggul dari yang lainnya. Pada konteks industri OTT Korea Selatan, kombinasi dua tujuan tersebut menjadi penting untuk memperkuat layanan platform lokal seperti TVING, Wavve, Watcha, dan Coupang Play dapat bersaing di tengah persaingan global.

Sebagai katalis, pemerintah telah membuat industri tumbuh lebih cepat dengan memberikan investasi, kebijakan dan teknologi yang dapat memajukan industri dengan melakukan sinergitas antara industri OTT lokal dengan industri pendukung seperti teknologi. Melalui proyek seperti 5G dan the Digital New Deal, MSIT telah menciptakan ekosistem digital yang baik untuk layanan streaming, penggunaan AI, dan menyediakan konten berkualitas tinggi yang secara tidak langsung mempengaruhi ekosistem dalam industri OTT di Korea Selatan. Kehadiran Lembaga seperti KOCCA telah membantu dalam mendukung pembuatan content melalui subsidi, pelatihan, dan membantu bisnis baru untuk tumbuh dan berkembang di tengah tingginya kompetisi dalam industri ini. Upaya-upaya tersebut secara langsung meningkatkan apa yang bisa diproduksi oleh layanan OTT lokal dan di saat yang bersamaan dapat mengurangi ketergantungan terhadap teknologi dan platform global dalam mendistribusikan konten Korea Selatan.

Di sisi lain, sebagai penantang, pemerintah Korea Selatan menggunakan kebijakan dan kekuatan pasar untuk mendorong ide-ide baru dan efisiensi. Dengan mendukung kompetisi antara OTT lokal alih-alih melindungi satu perusahaan besar, pemerintah Korea Selatan memastikan kualitas konten dan pengalaman pelanggan semakin meningkat dengan membiayai dan memberikan dukungan dengan kriteria tertentu. Misalnya, melalui pendanaan K-Content sebesar 600 miliar KRW yang dapat digunakan untuk distribusi global, inovasi teknologi, dan pengembangan IP orisinal (WelCon, 2024). Langkah ini merupakan strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Korea Selatan untuk meningkatkan daya saing industri OTT lokal. Dengan berfokus pada penguatan tahap pra-produksi hingga pasca-produksi konten, pemerintah berupaya memastikan bahwa kualitas konten yang

dihasilkan oleh platform OTT lokal dapat memenuhi bahkan menyamai ekspektasi pelanggan terhadap standar produksi yang selama ini didominasi oleh platform OTT global.

Selaras dengan pernyataan Porter mengenai pemerintah seharusnya mendukung bukan mendorong perusahaan untuk meningkatkan aspirasi mereka dan mencapai tingkat performa kompetitif yang lebih tinggi lagi. Dalam konteks industri OTT lokal, pemerintah Korea Selatan menjadi katalisator dalam hal pengembangan ekosistem sekaligus menjadi penantang bagi perusahaan untuk terus berinovasi, berkonsolidasi, dan bersaing dalam skala domestik maupun global. Lebih lanjutnya, dengan bertindak sebagai katalisator dan penantang, pemerintah Korea Selatan telah menyeimbangkan dukungan negara dengan prinsip pasar, yang memungkinkan platform OTT lokal berkembang tanpa kehilangan daya saing di pasar domestik dan global

#### 4. Simpulan

Perkembangan industri OTT lokal Korea Selatan mencerminkan upaya strategis pemerintah untuk menyeimbangkan pelestarian budaya, pertumbuhan ekonomi, dan daya saing global di sektor media digital. Dominasi platform global seperti Netflix dan Disney+ telah mendorong pemerintah Korea Selatan untuk melakukan intervensi bukan sebagai pelaku pasar, melainkan sebagai katalis dan penantang yang merangsang inovasi dan persaingan. Melalui penerapan kerangka kerja *Diamond Model* Porter, penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah bersifat komprehensif yaitu menangani kondisi faktor melalui infrastruktur teknologi dan pengembangan sumber daya manusia; memperkuat kondisi permintaan dengan mendukung konten kreatif; membina industri terkait dan pendukung seperti telekomunikasi, AI, *cloud computing*, dan VFX; serta membentuk strategi dan persaingan perusahaan melalui insentif fiskal, merger, dan undang-undang persaingan yang sehat.

Lembaga pemerintah seperti MSIT, MCST, dan KOCCA berperan penting dalam menyelaraskan kemajuan teknologi dengan produksi kreatif, sehingga meningkatkan efisiensi industri dan pengaruh budaya. Inisiatif seperti Proyek K-Cloud, dan *K-Content & Media Strategic Fund* menunjukkan komitmen Korea Selatan untuk membangun ekosistem digital berkelanjutan yang menguntungkan para pemain OTT lokal, termasuk TVING, Wavve, dan Coupang Play.

Kesimpulannya, pendekatan multidimensi pemerintah Korea Selatan telah memperkuat ketahanan dan daya saing layanan OTT lokal dengan mendorong inovasi, meningkatkan infrastruktur, dan memperluas visibilitas internasional konten Korea. Sinergi antara kebijakan, teknologi, dan industri kreatif ini menjadikan Korea Selatan sebagai model global bagi pengembangan budaya digital dan pemain kunci dalam lanskap OTT global yang terus berkembang.

#### Daftar Pustaka

- Bae, G., & Toh, M. (2023, April). Netflix to Invest \$2.5 Billion in South Korea as K-content Continues to Dominate. CNN Business. <https://edition.cnn.com/2023/04/24/media/netflix-south-korea-investment-intl-hnk>
- Chae, Y.-H. (2019, August 20). FTC Approves Merger that will Create an OTT Giant. Korea JoongAng Daily. [https://koreajoongangdaily.joins.com/2019/08/20/industry/FTC-approves-merger-that-will-create-an-OTT-giant/3066986.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://koreajoongangdaily.joins.com/2019/08/20/industry/FTC-approves-merger-that-will-create-an-OTT-giant/3066986.html?utm_source=chatgpt.com)
- CJ ENM. (2019, September). CJ ENM and JTBC Sign An MOU to Launch OTT Joint Venture. <https://www.cjenm.com/en/news/cj-enm-and-jtbc-sign-an-mou-to-launch-ott-joint-venture>.
- Disney Plus. (2021, August). Disney+ To Launch In South Korea, Hong Kong And Taiwan In November 2021. <https://press.disneyplus.com/news/disney-plus-launch-in-south-korea-hong-kong-taiwan-november-2021>.
- Dwyer, T., Shim, Y., Lee, H., & Hutchinson, J. (2018). Comparing Digital Media Industries in South Korea and Australia: The Case of Netflix Take-Up. In *International Journal of Communication* (Vol. 12). <http://ijoc.org>.
- Hong, E.-K., Ryu, J. M., & Lee, E. J. H. (2023). Entering The 5G Era: Lessons From Korea. <https://news.joins.com/article/23958383>.

- IMARC Group. (n.d.). South Korea Visual Effects Market Size, Share, Trends and Forecast by Component, Product, Technology, Application, and Region, 2025-2033.
- Invest Korea. (2025). OTT Platforms and Korea's Original.
- Jang Woo-jeong. (2025, March). Disney+ Cuts Subscription Fees in Half Amid Crisis in South Korea's OTT Market. <https://biz.chosun.com/en/en-industry/2025/03/23/RRFYUN4CJZEI3LFGNDYH4YXSPM/>
- Jeong, Y.-H. (2025, June). F1 for \$13 A Month: Coupang Play Hikes Prices for Live Sports Fans. Korea JoongAng Daily. <https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2025-06-16/business/industry/F1-for-13-a-month-Coupang-Play-hikes-prices-for-live-sports-fans/2330803>
- Kang, J. M. (2024). Not just Netflix: Interventions of Korea's domestic streamers. *International Journal of Cultural Studies*, 27(1), 28–46. <https://doi.org/10.1177/13678779231197695>
- Kim, J., & Lee, C. (2023). The Return of the King: The Importance of Killer Content in a Competitive OTT Market. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(2), 976–994. <https://doi.org/10.3390/jtaer18020050>
- Kim, K., Yoon, Y., & Shin, S. (2024). Explainable Prediction of Problematic Smartphone Use Among South Korea's Children and Adolescents Using A Machine Learning Approach. *International Journal of Medical Informatics*, 186.
- Kim, M. S., & Kim, S. (2024). Policy responses to the rise of global OTT platforms in Korea. *Science and Public Policy*, 51(6), 1227–1240. <https://doi.org/10.1093/scipol/scae021>
- Kim, N. (2024, December). S. Korea to Invest 1 Tln Won in Boosting Global Competitiveness of Homegrown OTT Platforms. Yonhap News Agency. <https://en.yna.co.kr/view/AEN20241219004900320>
- Kim, T. (2010). Cable Television Plugged into Internet. *The Korea Times*. <https://www.koreatimes.co.kr/business/companies/20100531/cable-television-plugged-into-internet>
- Kim, T. (2022). Cultural Politics of Netflix in Local Contexts: A Case of the Korean Media Industries. *Media, Culture & Society*, 44(8).
- Kim, Y.-S. (2024). A Study on OTT Support Project and Policy Improvement Plan in Korea to Revitalize K-Drama; Focusing on France and Canada. *International Journal of Religion*, 5(12), 1699–1704. <https://doi.org/10.61707/xkxdb468>
- KOCCA. (2023a). About This Report Report Overview. 2023 I KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY SUSTAINABILITY REPORT Address I, 35(58326). <https://www.kocca.kr>
- KOCCA. (2023b). Korea Creative Content Agency (KOCCA) Supports Production, Planning.
- Kwak, Y. (2023, January 5). Culture Ministry Vows to Boost OTT Industry. *The Korea Times*. <https://www.koreatimes.co.kr/entertainment/20230105/culture-ministry-vows-to-boost-ott-industry>
- Lee, G. (2025, May). Netflix Under Fire for Rate Hike As Rivals Freeze Fees. <https://www.koreatimes.co.kr/business/tech-science/20250511/netflix-under-fire-for-rate-hike-as-rivals-freeze-fees>
- Lee, J. (2024, December). Webtoons, Web Novels, Anime... Soaring with IP [2024 Content①]. *The Asia Business Daily*. <https://www.asiae.co.kr/en/article/2024122111001111995>
- Lee, J.-S., Hamacher, A., Kwon, S., & Lee, S. (2017). A Study on Correlation among Viewers by Medium based on KBS PIE-TV Index. *International Journal of Advanced Smart Convergence*, 6, 9–18. <https://doi.org/10.7236/IJASC.2017.6.4.2>
- Lee, S. (2021, March). Wavve to Pump \$885 mn into Original Content Amid Fierce OTT Competition. *The Korea Economic Daily*. <https://www.kedglobal.com/ott-platforms/newsView/ked202103260010>
- Lee, Y. (2025, February). CJ ENM Eyes Global Market with Estimated W1.15tr Investment. *The Korea Herald*. <https://www.koreaherald.com/article/10416473>
- Lim, J. (2025, June). Tving and Wavve Launch Joint 'Double Pass' Subscription Ahead of Merger. *Korea JoongAng Daily*. <https://koreajoongangdaily.joins.com/news/2025-06->

- 16/entertainment/television/Tving-and-Wavve-launch-joint-Double-Pass-subscription-ahead-of-merger/2330802
- Lotz, A. D., & Eklund, O. (2024). Beyond Netflix: Ownership and Content Strategies Among Non-US-Based Video Streaming Services. *International Journal of Cultural Studies*, 27(1).
- Ministry of Science and ICT. (2025, May 19). MSIT Launches KRW 400 Billion K-Cloud R&D Project Based on Domestic AI Semiconductors. <https://www.korea.net/Government/Briefing-Room/Press-Releases/View?ArticleId=8026&insttCode=A110439&type=O>.
- Nam, J., & Jung, Y. (2024). Standard-Nutzungsbedingungen: Priorities of local OTT platforms' Internationalization strategies. <https://hdl.handle.net/10419/302501>
- Park, S. (2023, May). Cannes: How South Korea Became a VFX Powerhouse. *The Hollywood Reporter*. <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-news/cannes-south-korea-vfx-powerhouse-1235494046/>
- Park, S., & Hong, S.-K. (2023). Reshaping Hallyu: Global Reception of South Korean Content on Netflix. In *International Journal of Communication* (Vol. 17). <http://ijoc.org>.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*.
- PwC. (2025). Republic of Korea Corporate - Tax Credits and Incentives. [https://taxsummaries.pwc.com/Republic-of-Korea/Corporate/Tax-Credits-and-Incentives?utm\\_source=chatgpt.com](https://taxsummaries.pwc.com/Republic-of-Korea/Corporate/Tax-Credits-and-Incentives?utm_source=chatgpt.com).
- Seon, H. (2022, February). CJ ENM's Streaming Platform Raises \$209 mn to Finance Original Content. *The Korea Economic Daily*. <https://www.kedglobal.com/entertainment/newsView/ked202202180009>
- Shim, S.-A. (2022, December). S. Korea to Increase Gov't Support for Broadcasting Industry to Nurture Next "Squid Game." *Yonhap News Agency*. <https://en.yna.co.kr/view/AEN20221227005800315>
- Song, M. (2021). Over-The-Top (OTT) Platforms' Strategies for Two-Sided Markets in Korea. *International Journal of Internet, Broadcasting and Communication*, 13, 55-65. <https://doi.org/10.7236/IJIBC.2021.13.4.55>
- Sung, J.-H. (2023). Analysis of the Content Korean Lab Project through the C-P-N-D Framework and a Study on the Direction of Regional Content Policies. *Journal of Digital Contents Society*, 24(5).
- Vlados, C. (2019). Porter's Diamond Approaches and the Competitiveness Web. *International Journal of Business Administration*, 10(5).
- Wei, M., & Cha, S. (2025). Korean OTT Landscape: A study of contemporary trends and market dynamics in OTT's In South Korea. In *Mediterranean Archaeology and Archaeometry* (Vol. 25, Issue 2). <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- WelCon. (2024, December 12). Launch of "K-Content & Media Strategy Fund" by Ministry of Culture, Sports and Tourism and Ministry of Science and ICT. WelCon. <https://welcon.kocca.kr/mobile/en/support/issue-focus/156>
- Yoon, K. (2021). Discourse of the Post-COVID 19 New Deal in South Korea. 38(4).
- Ziwei, P. (2023, September). Disney+ Says Success of 'Moving' is A "Critical Turning Point" for its Korean Content. <https://www.nme.com/News/Tv/Disney-plus-Moving-Success-Critical-Turning-Point-Korean-Content-3502342>.