

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dengan adanya perubahan zaman, terdapat beberapa aktor, instrumen, dan cara pelaksanaannya yang berubah dan mengikuti hal tersebut. Pada hubungan internasional modern, setiap negara tidak hanya berfokus pada kekuatan militer maupun ekonomi, namun setiap negara dinilai berdasarkan bagaimana negara itu dilihat oleh negara lain dengan cara melihat nilai-nilai dan citra negara itu. Setiap negara juga . Hal itulah yang menjadi alasan mengapa suatu negara berusaha semaksimal mungkin untuk dinilai berdasarkan bagaimana citra negara tersebut dilihat oleh negara lain. Karena adanya pandangan itulah maka hal tersebut berkaitan dengan bagaimana suara publik dapat mempengaruhi bagaimana kebijakan di suatu negara akan dibuat.<sup>1</sup> Pariwisata merupakan suatu alat yang dapat memberikan bantuan kepada pemerintah yakni berupa pendapatan nasional yang cukup menguntungkan. Hal ini membantu bagi suatu negara khususnya negara-negara berkembang yang sektor pariwisata berada di peringkat enam dalam pendapatan nasional. Pendapatan nasional tersebut dibawah perdagangan dalam sektor energi fosil, jaringan komunikasi, komputer, otomotif, serta pertanian.<sup>2</sup>

Perdagangan internasional memainkan kedudukan berarti dalam masalah ekonomi saat ini. Zona pariwisata ialah salah satu aktivitas sosial ekonomi yang bernilai serta

---

<sup>1</sup> R. Sidiki. 2016. *Urgensi Diplomasi dalam Membentuk Opini Terhadap Citra Islam Indonesia Sebagai Islam yang Moderat pada Dunia Internasional*.

<sup>2</sup> UNESCO. n.d. *Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South Eastern Europe*.

mempunyai kemampuan yang baik di masa depan. Di dalam 2010, *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) mengatakan kehadiran turis internasional di segala dunia berjumlah 7% menjadi 935 juta dibanding tahun 2009 dengan tingkatan perkembangan positif dilaporkan di seluruh daerah. Tentang ini sebab pariwisata internasional sudah pulih lebih cepat dari imbas krisis keuangan global serta resesi ekonomi pada akhir 2008 dan 2009. UNWTO juga sudah memperkirakan perkembangan kehadiran turis internasional antara 4% serta 5% pada tahun 2011 dan jumlah kedatangan turis internasional naik hingga 4,6% yakni sebesar 1.184 juta orang pada tahun 2015.<sup>3</sup>

Karena perkembangan globalisasi saat ini, masyarakat lebih memilih menghabiskan waktu luang mereka untuk melakukan perjalanan baik di dalam wisata domestik dan internasional. Wisata domestik yaitu suatu perjalanan yang dilakukan oleh masyarakat di negara tersebut dan melakukan kunjungan wisata ke tempat yang masih satu negara dengan individu tersebut, sedangkan perjalanan internasional yakni perjalanan yang dilakukan oleh suatu individu ke luar daerah negaranya.<sup>4</sup> Pariwisata merupakan perdagangan jasa internasional serta menjadi aktivitas bernilai di pasar global. Pariwisata internasional, pada realitasnya merupakan penghasil ekspor terbanyak di dunia. Menurut Organisasi Perdagangan Dunia, penerimaan mata uang asing dari pariwisata internasional mencapai 870 miliar dolar pada tahun 2009. Total kontribusi perjalanan serta pariwisata terhadap

---

<sup>3</sup> UNWTO. 2016. *Why Tourism?* [Daring] <http://www2.unwto.org/content/why-tourism> diakses pada bulan November 2020.

<sup>4</sup> H. K. Buerau. 2017. *Introduction to Tourism* [Daring] [https://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kl/pshe/references-and-resources/tourism/Tourism\\_English\\_19\\_June.pdf](https://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kl/pshe/references-and-resources/tourism/Tourism_English_19_June.pdf) diakses pada bulan November 2021.

lapangan kerja diperkirakan akan bertambah sebesar 2, 3% dari 258. 592. 000 pekerjaan pada tahun 2011 menjadi 323. 826. 000 pekerjaan pada tahun 2021.<sup>5</sup> Dengan meningkatnya lapangan kerja, PDB dunia juga bertambah. Artinya pariwisata juga berguna dalam menciptakan penghasilan dunia. Oleh sebab itu, industri pariwisata global yang melihat kesempatan tersebut mulai menjadi kompetitif, memahami kebutuhan pasar, minat, tuntutan, dan perilaku wisatawan internasional dimana mereka memainkan peran penting dalam pengembangan destinasi wisata.<sup>6</sup> Dalam hal ini, banyak praktisi dan peneliti yang melihat dan menyadari bahwa dalam industri pariwisata terdapat adanya peningkatan minat terhadap pariwisata halal. Dengan demikian, pariwisata halal dilihat sebagai potensi wisata yang cukup berharga.<sup>7</sup> Perkembangan wisata halal ini juga dipengaruhi oleh pertumbuhan populasi muslim yang ada di dunia. Terdapat sekitar tiga puluh persen populasi muslim dari populasi di dunia dan akan meningkat secara terus menerus.<sup>8</sup>

Karena naiknya jumlah populasi muslim di dunia, negara yang mempunyai penduduk dengan mayoritas beragama muslim juga telah terjun ke dalam wisata halal ini. Negara-negara tersebut telah mengenalkan konsep wisata halal ini terhadap wisatawan asing yang berkunjung ke negaranya, salah satu negara tersebut adalah Arab Saudi dan Iran.<sup>9</sup> Namun saat ini, negara-negara yang masyarakatnya tidak didominasi oleh muslim

---

<sup>5</sup> World Travel and Tourism Council. 2011

<sup>6</sup> F. Shafei & B. Mohamed. 2015. *Involvement and Brand Equality: A Conceptual Model for Muslim Tourist*. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research. 54-67.

<sup>7</sup> M. Battour M. N. Ismail. 2016. *Tourism Management Perspective*. 150-154.

<sup>8</sup> F. Shafei & B. Mohamed. 2015. *Involvement and Brand Equality: A Conceptual Model for Muslim Tourist*. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research. 54-67.

<sup>9</sup> K. H. 1989. *Islam and Tourism: Patterns, Issues, and Options*. Annals of Tourism Research. 542-563.

seperti Jepang dan Korea Selatan juga mengikuti perkembangan pasar wisata halal yang menawarkan berbagai macam produk dan jasa yang *halal friendly*. Hal itu mereka lakukan untuk dapat menarik perhatian masyarakat luar khususnya yang mereka yang muslim untuk melakukan kunjungan ke negara mereka. Oleh sebab itu, mereka gencar melakukan promosi yang mengedepankan wisata halal mereka.<sup>10</sup>

Menurut Garit, Christy dan Herning Suryo pada penelitian mereka yang berjudul “*Diplomasi Publik Pemerintah Republik Indonesia melalui Pariwisata Halal*” Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya. Namun, dengan adanya peristiwa terorisme yang menyerang Indonesia negara lain pun menjadi khawatir untuk berkunjung ke Indonesia dan memberikan dampak yang tidak kecil bagi Indonesia. Salah satu dampak yang terjadi karena aksi teror yang terjadi di Indonesia adalah adanya *travel ban* dan *travel advisory* yang ditunjukkan kepada Indonesia. Adanya *travel ban* membuat citra Indonesia menjadi buruk dihadapan negara lain. Hal ini juga mempengaruhi sektor pariwisata. Hal ini menjadi alasan pemerintah Indonesia melakukan diplomasi yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat internasional dengan memanfaatkan sektor pariwisata.<sup>11</sup>

Program pemerintah seperti *Visit Indonesia year 2008* dan *Wonderful Indonesia* menjadi salah satu alat yang dapat mengubah pandangan masyarakat internasional terhadap Indonesia. Program tersebut menjadi langkah awal Indonesia dalam mengenalkan pariwisata Indonesia dengan destinasi yang religius dan dapat menjadi daya tarik bagi

---

<sup>10</sup> F. K Nisa & D. I Sujono. 2017. *Islamic Branding as Communication Strategy of Halal Tourism Promotion in Non-Muslim Country*.

<sup>11</sup> Damayanti. C, Sardjono. H.S. Widhasti. G.B. 2016. *Diplomasi Publik Pemerintah Indonesia Melalui Pariwisata Halal*. Surakarta. Universitas Slamet Riyadi

masyarakat internasional dengan memadukan budaya Indonesia. Dengan adanya program pariwisata halal dapat memberikan pandangan terhadap masyarakat internasional bahwa Indonesia merupakan negara yang harmonis, toleran, dan menjunjung tinggi nilai budaya yang islami dengan tidak menghilangkan nilai asli dari masing-masing daerah.<sup>12</sup>

Indonesia menjadi negara dengan masyarakat muslim terbanyak yakni 12,6% dari populasi muslim dunia. Menurut Kementerian Pariwisata RI, Indonesia mempunyai destinasi yang beraneka ragam yang dapat menjadi wisata halal. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara keempat ASEAN dengan kunjungan wisatawan sebanyak 15 juta dan wisatawan muslim sebanyak 1,19 juta.<sup>13</sup> Dalam program yang dijalankan oleh pemerintah tentang pariwisata halal, Indonesia menargetkan wisatawan Timur Tengah. Hal tersebut terjadi karena biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan Timur Tengah sebanyak USD 2.000 yang dimana lebih banyak jika dibanding dengan biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan mancanegara yang hanya USD 1.200 per kunjungan.<sup>14</sup>

Wisata ramah muslim mulanya merupakan wisata yang hanya mempunyai fokus terhadap wisata religi atau keagamaan, yang selanjutnya dilengkapi oleh para ahli bahwa wisata ramah muslim yakni suatu wisata yang norma-normanya sesuai dengan apa yang agama islam ajarkan dan tidak boleh melewati aturan tersebut.<sup>15</sup> Korea Selatan adalah

---

<sup>12</sup> Damayanti. C, Sardjono. H.S. Widhasti. G.B. 2016. *Diplomasi Publik Pemerintah Indonesia Melalui Pariwisata Halal*. Surakarta. Universitas Slamet Riyadi

<sup>13</sup> Organisasi Kerjasama Islam. 2017. *Strategic Roadmap for Development of Islamic in OIC Member Countries*. Turkey.

<sup>14</sup> *Ibid*

<sup>15</sup> M. Battour M. N. Ismail. 2016. *Tourism Management Perspective*. 150-154.

negara yang menganggap bahwa diplomasi publik mempunyai peran penting dalam menjalankan pemerintah mereka salah satunya yaitu pada sektor ekonomi dengan memanfaatkan pariwisata. Korea Selatan memandang bahwa penerapan yang dilakukan oleh pemerintah dalam menjalankan diplomasi publik bertujuan untuk mendapatkan ketertarikan dari masyarakat internasional.<sup>16</sup> Salah satu alat yang digunakan pemerintah Korea Selatan dalam menarik wisatawan asing adalah dengan menggunakan *Hallyu*. *Hallyu* merupakan budaya Korea Selatan yang terdiri dari musik, film, *fashion*, drama televisi, dan kosmetik yang telah populer di kalangan masyarakat internasional. *Korean wave* adalah suatu alat yang perubahannya dapat mempengaruhi pandangan perspektif global sosial politik selain itu, *Korean wave* sebagai budaya yang terkenal dapat menjadi alat untuk pelaksanaan politik dan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan.<sup>17</sup>

Oleh karena itu, pemerintah Korea Selatan melakukan berbagai cara salah satunya yaitu menarik perhatian turis muslim untuk berkunjung ke Korea Selatan. Salah satu inisiatif pemerintah Korea Selatan untuk menarik lebih banyak turis muslim yakni dengan mengadakan *Halal Restaurant Week Korea* yang berlangsung selama dua bulan dari 1 September hingga 31 Oktober 2017. Pemerintah dan perusahaan swasta saling bekerja sama untuk menyediakan akomodasi yang ramah muslim. Selain itu, Korea Selatan juga melakukan kerja sama dengan organisasi internasional yakni ASEAN.

---

<sup>16</sup> H. Kang. 2015. *Contemporary Cultural Diplomacy in South Korea: Explicit and Implicit Approach*. Journal of Cultural Policy

<sup>17</sup> G. Jang & W. K Paik. 2012. *Korean Wave as Tools for Korea's New Cultural Diplomacy*. Advances in Applied Sociology. 196.

ASEAN (*Asssocation of South East Asian Nations*) adalah suatu organisasi internasional yang berada di wilayah Asia Tenggara. ASEAN mempunyai banyak bentuk kerja sama dan salah satunya merupakan bentuk kerja sama dalam bidang pariwisata yakni *ASEAN Tourism Forum* (ATF). ATF mulai resmi dibuka pada tahun 2018 di Thailand. Tujuan didirikannya ATF ini sebagai upaya ASEAN dalam organisasi yang menangani wilayah Asia Tenggara untuk mengenalkan tempat-tempat wisata di Asia Tenggara kepada aktor negara lain khususnya ASEAN sendiri.<sup>18</sup> Terdapat enam jenis pariwisata yang diantaranya merupakan bentuk kerja sama dengan ASEAN+3 yakni *recreation sites*, *cultural tourism*, dan *pleasure tourism*.<sup>19</sup> Kerja sama ASEAN+3 dalam bidang pariwisata dapat meningkatkan kunjungan dan memudahkan wisatawan dalam melakukan kunjungan terhadap wilayah Asia Tenggara serta RRC, Jepang, dan Korea Selatan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan adanya penjelasan di atas mengenai latar belakang tentang bagaimana awal mula pemerintah Korea Selatan membuat program *halal tourism*, cara apa yang dilakukan pemerintah Korea Selatan untuk menarik perhatian turis wisata asing khususnya turis muslim yang ada di kawasan ASEAN hingga bagaimana dampak yang dihasilkan dengan adanya program tersebut, maka muncul pertanyaan ***Bagaimana Praktik Diplomasi Publik Korea Selatan dalam Pengembangan Halal Tourism pada Tahun 2015-2020?***

---

<sup>18</sup> Sekretariat Nasional ASEAN-Indonesia. 2018. *ASEAN Tourism Forum 2018 Resmi Dibuka* [Daring] <http://setnas-asean.id/news-events/read/asean-tourism-forum-2018-resmi-dibuka> diakses pada tanggal 22 September 2021.

<sup>19</sup> Spillane, James. 1987. *Pariwisata Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius. p. 28

Adanya rumusan masalah di atas, penulis melihat diplomasi publik sebagai strategi pemerintah Korea Selatan untuk menyukseskan program *Halal Tourism* ini. Dengan adanya diplomasi publik ini, pemerintah terus melakukan perkembangan daklam sektor pariwisata mereka, Pemerintah Korea Selatan melakukan kerja sama baik dengan akotr pemerintah dan non-pemerintah supaya dapat memungkinkan program *Halal Tourism* ini dapat berjalan dengan sukses.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Secara Umum**

Secara umum, tujuan penelitian ini digunakan sebagai pemenuhan syarat program sarjana S1 Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas “Veteran” Jawa Timur.

#### **1.3.2 Secara Khusus**

Secara khusus, penelitian ini menjelaskan apa saja kegiatan yang sudah dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan dalam menyelenggarakan program *halal tourism*. Selain itu, pelaksanaan program *halal tourism* Korea Selatan yang memberikan bukti bahwa negara lainnya yang tidak didominasi oleh masyarakat muslim juga dapat membuat program tentang pariwisata halal untuk melakukan diplomasi publik yang baik. Tujuan dari program yang dibuat oleh pemerintah Korea Selatan yaitu agar masyarakat muslim dapat melakukan perjalanan wisata ke kawasan yang tidak didominasi oleh masyarakat muslim dan dapat membuat peluang kerja sama bagi negara lainnya baik bilateral maupun multilateral.

## 1.4 Kerangka Berpikir

### 1.4.1 Landasan Teori

#### 1.4.1.1 *Halal Tourism*

Carboni et al. mendefinisikan bahwa pariwisata halal atau pariwisata islami sebagai pariwisata yang sesuai dengan ajaran Islam, melibatkan orang-orang beragama Islam yang tertarik untuk menjaga kebiasaan keagamaan mereka saat berwisata.<sup>20</sup> Dalam definisi ini, para ahli mempertimbangkan hukum Islam, konsumen muslim, dan lokasi kegiatan yang fasilitasnya masih belum memenuhi standar wisata halal menurut ajaran Islam. Selain itu, Carboni et al. mengatakan bahwa pariwisata halal tidak dibatasi untuk tujuan keagamaan dan tidak secara eksklusif hanya berlaku di negara yang didominasi oleh masyarakat muslim.<sup>21</sup>

Zasmani Fazarani dan Henderson menganggap bahwa pariwisata halal dan pariwisata Islam merupakan konsep yang sama yang mendefinisikan pariwisata Islam sebagai pariwisata sederhana oleh masyarakat muslim yang memilih untuk tetap berada dalam budaya mereka. Pariwisata Islam dapat diperluas dan dapat menargetkan masyarakat non-muslim yang bertentangan dengan definisi mereka tentang pariwisata Islam itu sendiri. Selain itu, terdapat manfaat dari pariwisata

---

<sup>20</sup> Michele Carboni, Carlo Pereli & Giovanni Sistu. 2014. *Is Islamic Tourism a Viable Option for Tunisian Tourism? Insights from Djerba*. Tourism Management Perspectives.

<sup>21</sup> *Ibid*

Islam bagi wisatawan non-muslim yakni dapat mengenal lebih jauh tentang bagaimana budaya yang ada di dalam dunia muslim.<sup>22</sup>

Turis dari negara Islam seperti Malaysia dan Indonesia menempati peringkat sepuluh besar sebagai negara dengan kedatangan internasional terbanyak ke Korea Selatan dalam beberapa tahun terakhir.<sup>23</sup> Wisatawan muslim dari negara-negara Timur Tengah seperti Arab Saudi, Uni Emirat, Kuwait, Qatar, Bahrain dan Oman adalah turis dengan pengeluaran tertinggi di Korea Selatan dengan rata-rata \$2.590 per kunjungan dibandingkan dengan target pasar lain seperti China, Jepang, Rusia dan Taiwan yang menghabiskan dibawah \$2.000 menurut *South Korean Culture and Tourism Institute*.<sup>24</sup> Dengan adanya data di atas maka penulis akan menjelaskan tentang bagaimana cara pemerintah Korea Selatan dapat mengenalkan *halal tourism* ini ke turis asing khususnya muslim.

#### **1.4.1.2 Diplomasi Publik**

Diplomasi publik adalah instrumen yang digunakan suatu aktor dalam melakukan mobilisasi sumber daya untuk melakukan komunikasi dan menarik

---

<sup>22</sup> Hamira Zamani Fahrani & Joan C. Henderson. 2009. *Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Case of Iran and Saudi Arabian*. International Journal of Tourism Research.

<sup>23</sup> KTO. 2016. *Imagine Your Korea*. [Daring] <http://english.visitkorea.or.kr/enu/index.kto> diakses pada bulan November 2020.

<sup>24</sup> M. H. Lee. 2017. *Tourism from Middle East Biggest Spenders in South Korea*. The Korea Bizware. [Daring] <http://koreabizwire.com/tourists-from-middle-east-biggest-spenders-in-south-korea/86490> diakses pada bulan November 2020.

perhatian aktor lain. Dalam pelaksanaannya, diplomasi publik dilakukan melalui *broadcasting*, subsidi ekspor budaya, mengatur pertukaran dan sebagainya.<sup>25</sup>

Menurut Gilboa terdapat tiga tujuan dalam diplomasi publik yakni *reactive*, *proactive*, *relationship*. Tujuan pertama dari diplomasi publik *reactive* yaitu suatu gerakan yang bertujuan untuk menurunkan kerugian yang diakibatkan oleh suatu pihak dimana kerugian tersebut dapat dimanfaatkan untuk kepentingan negara yang bersangkutan. Tujuan kedua *proactive* merupakan suatu kegiatan yang mencapai negara lain sebagai target supaya terlibat lebih dalam suatu kegiatan yang dilakukan. Tujuan terakhir, *relationship* suatu kegiatan yang berusaha untuk menjalin hubungan dengan suatu negara atau masyarakat dan melindungi hubungan tersebut agar dapat berjalan dengan baik dan berkelanjutan.<sup>26</sup>

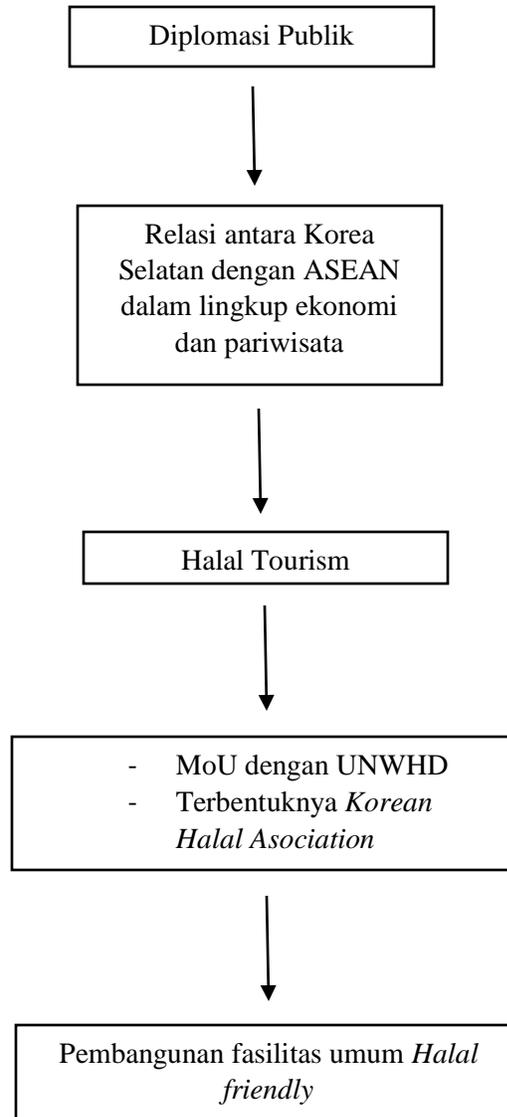
Dengan berlandaskan tujuan diplomasi publik tersebut, maka penulis melakukan analisis dengan menggunakan tujuan utama dari Gilboa tentang bagaimana pemerintah Korea Selatan melakukan pengenalan terhadap *halal tourism* kepada masyarakat muslim yang ada di ASEAN dengan mengeluarkan program-program baru yang berkaitan dengan wisata ramah muslim untuk menarik perhatian turis asing khususnya muslim.

---

<sup>25</sup> Joseph S. Nye. 2008. *Public Diplomacy and Soft Power*. The Annals of The American Academy of Political and Social Science. 616 (6) 94-109.

<sup>26</sup> Eytan Gilboa. 2008. *Searching for Theory of Public Diplomacy*. The Annals of The American Academy of Political and Social Science. Vol. 616 71-72.

## 1.5 Sintesa Pemikiran



Bagan 1.1 Sintesa Pikiran

## 1.6 Argumen Utama

Dengan adanya peningkatan populasi muslim dunia, maka hal tersebut semakin meningkatkan sektor pariwisata khususnya yang berfokus pada *halal tourism*. Negara yang tidak didominasi dengan masyarakat muslim pun ikut serta dalam *trend* pasar ini. Pemerintah Korea Selatan pun membuat suatu diplomasi publik yang di dalamnya terdapat beberapa praktik yang dilakukan guna mensukseskan program *halal tourism*. Selain itu, pemerintah Korea Selatan memasukkan *Korean Wave* sebagai praktek diplomasi mereka. *Korean Wave* menjadi hal yang tepat karena dalam prakteknya *Korean Wave* digemari oleh masyarakat internasional juga bergabung dengan memanfaatkan *Korean wave*. Karena *Korean Wave*, masyarakat berbondong-bondong berkunjung ke negeri ginseng. Peningkatan jumlah turis khususnya muslim membuat Korea Selatan ikut ke dalam *trend halal tourism*. Dengan adanya tujuan diplomasi publik menurut Gilboa, pemerintah Korea Selatan dapat melakukan praktek diplomasi sesuai *goals* mereka. Dalam tiga tujuan yang dipaparkan Gilboa mengenai diplomasi publik, *Halal Tourism* sendiri termasuk kegiatan yang *proactive* yang menargetkan negara lain sebagai pasar mereka untuk terlibat langsung dalam pelaksanaan program yang dibentuk oleh pemerintah Korea Selatan. Diharapkan dengan adanya praktik diplomasi publik, pemerintah Korea Selatan mampu menyukseskan program *halal tourism* yang dapat menarik perhatian turis asing untuk dapat berkunjung ke Korea Selatan dengan nyaman.

## 1.7 Metodologi Penelitian

### 1.7.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif, yang dalam penelitian deskriptif penulis akan menjelaskan bagaimana penelitian ini akan dianalisis yang menggambarkan suatu objek. Penelitian secara deskriptif ini dapat dilakukan dengan mengamati bagaimana suatu negara membuat suatu kebijakan dengan meneliti tentang aktivitas sosial, kebiasaan suatu masyarakat, dan lain lain.<sup>27</sup>

### 1.7.2 Jangkauan Penelitian

Peneliti memilih tahun 2015-2020 karena pada rentang waktu tersebut pemerintah Korea Selatan mendirikan sebuah badan sertifikasi halal atau *Korean Halal Association* (KHA). Selain itu, Korea Selatan telah melakukan perjanjian MoU dengan *United World Halal Development* (UNWHD) di Singapura. Dengan adanya pendirian dan perjanjian terkait *halal tourism*, pemerintah Korea Selatan berharap dapat menyukseskan program *halal tourism* untuk dapat meningkatkan sektor pariwisata mereka serta memberikan fasilitas bagi mereka yang beragama muslim agar dapat berkunjung dengan rasa nyaman. Untuk tahun 2020, menjadi tahun terakhir dimana penulis mendapatkan data yang digunakan dalam penelitian ini.

---

<sup>27</sup> Christopher Lamont. 2015. *Research Methods in International Relations*. SAGE

### **1.7.3 Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yaitu data yang bersumber tidak langsung. Data yang penulis kumpulkan berasal dari website resmi pemerintah Korea Selatan, jurnal ilmiah, dan berita.

### **1.7.4 Teknik Analisa Data**

Penulis melakukan analisis data dengan menggunakan metode deskriptif \kualitatif dimana dalam metode deskriptif kualitatif, penulis menjelaskan analisis dengan menggunakan hasil observasi.

### **1.7.5 Sistematika Penulisan**

**BAB I** merupakan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian landasan teori, sintesa pemikiran dimana penulis yang menjelaskan bagaimana Korea Selatan membuat program *halal tourism*.

**BAB II** menjelaskan mengenai bagaimana hubungan Korea Selatan dengan ASEAN dan perkembangan pariwisata Korea Selatan sebelum menerapkan program *halal tourism*

**BAB III** menjelaskan tentang apa saja upaya pemerintah Korea Selatan dalam menyukseskan *halal tourism* dengan menggunakan praktik diplomasi publik sebagai penunjang keberhasilan *halal tourism*

**BAB IV** kesimpulan beserta kritik dan saran