BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata halal merupakan salah satu sektor industri pariwisata yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran umat Muslim terhadap kebutuhan untuk berwisata sesuai dengan syariat Islam. Pada tahun 2026, sektor pariwisata halal akan diperkirakan melonjak 35% menjadi US$ 300 miliar, dari yang sebelumya US$ 220 miliar pada tahun 2020. Angka tersebut mencerminkan permintaan yang tinggi dan peluang pasar yang luas di tingkat global (Global Muslim Travel Index, 2024). Secara demografis, Malaysia memiliki kependudukan yang sangat strategis dalam mempromosikan pariwisata halal. Malaysia memiliki populasi sekitar 34,1 juta jiwa pada tahun 2024 (Department of Statistics Malaysia, 2024), dengan 63,5% dari populasi atau sekitar 20,6 juta penduduk beragama Islam berdasarkan sensus 2020 (Department of Statistics Malaysia, 2022). Komposisi demografis dan keragaman budaya Malaysia memberikan keunggulan dalam mempromosikan pariwisata halal, baik untuk pasar domestik maupun internasional. Dengan mayoritas penduduk beragama Islam serta dukungan infrastruktur berupa makanan halal, fasilitas salat, masjid, dan layanan pariwisata yang ramah Muslim, Malaysia menjadi salah satu destinasi yang menarik bagi wisatawan Muslim global.

Konsep pariwisata halal mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim terhadap

layanan pariwisata yang sesuai dengan nilai-nilai syariah Islam. Saat ini pariwisata halal tidak hanya terbatas pada penyediaan makanan dan minuman halal, namun mencakup keseluruhan ekosistem pariwisata, mulai dari akomodasi yang menyediakan fasilitas ibadah, transportasi yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, hingga aktivitas wisata yang bebas dari hal-hal yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti perjudian, alkohol, seks bebas, dan hiburan yang tidak sesuai yang lain (M. Battour & Ismail, 2016). Cakupan yang luas ini menunjukkan bahwa pariwisata halal telah menjadi pendekatan holistik yang mempertimbangkan seluruh aspek perjalanan wisata halal berasarkan syariat Islam. Perkembangan ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran dan permintaan wisatawan Muslim global yang diperkirakan akan mencapai 230 juta wisatawan pada tahun 2026, dengan pengeluaran mencapai USD 300 miliar (Global Muslim Travel Index, 2021). Angka tersebut menunjukkan potensi ekonomi yang besar dari segmen pariwisata halal, sekaligus menjadi dorongan bagi para pelaku industri dan pemerintah untuk lebih serius dalam mengembangkan strategi, regulasi, dan infrastruktur pendukung guna menjadikan pariwisata halal sebagai salah satu motor penggerak utama dalam pembangunan sektor pariwisata berkelanjutan.

Malaysia telah berhasil memposisikan diri sebagai negara unggulan dalam industri pariwisata halal global, dengan pencapaian yang mengesankan dalam berbagai aspek pengembangan sektor ini. Menurut Global Muslim Travel Index 2024, Indonesia dan Malaysia secara konsisten menduduki posisi teratas sebagai destinasi favorit wisatawan Muslim dunia, dengan Malaysia unggul dalam hal infrastruktur dan layanan pariwisata halal yang terintegrasi (Mastercard-

CrescentRating, 2024). Dalam sektor pariwisata halal Malaysia tidak terlepas dari pendekatan yang menyeluruh dan sistematis, mulai dari pengembangan regulasi halal, penerapan proses sertifikasi dan pengawasan oleh Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), hingga promosi melalui lembaga dan kanal internasional. Pemerintah Malaysia juga mendukung pengembangan ekosistem pariwisata ramah Muslim melalui pembentukan *Islamic Tourism Centre* (ITC), program standardisasi, pengembangan kapasitas industri, serta penyediaan infrastruktur pendukung pariwisata. Infrastruktur tersebut mencakup akomodasi dengan fasilitas ibadah, restoran bersertifikat halal, dan layanan rekreasi yang memperhatikan kebutuhan wisatawan Muslim (Islamic Tourism Centre, 2025).

Malaysia telah berhasil menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat pariwisata halal di dunia melalui pembangunan infrastruktur yang holistik dan terkoordinasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Pembangunan ini meliputi berbagai elemen penting, seperti penyediaan akomodasi yang sesuai syariah, ketersediaan makanan halal, kemudahan akses terhadap fasilitas ibadah, sistem transportasi yang mendukung, serta kebijakan dan regulasi dari pemerintah yang mendukung pengembangan sektor ini. Dalam hal penginapan, *Islamic Tourism Centre* (ITC) yang berada di bawah Kementerian Pariwisata, Seni dan Budaya Malaysia telah membuat program *Muslim-Friendly Accommodation Recognition* (MFAR), yang memberikan sertifikasi kepada hotel-hotel dengan layanan yang mendukung gaya hidup Islami, seperti adanya alat salat, penunjuk arah kiblat, kitab suci Al-Qur’an, dan lingkungan bebas alkohol (Islamic Tourism Centre, 2022). Selain itu, fasilitas ibadah seperti surau (masjid) dan musala tersebar

luas di tempat-tempat strategis seperti pusat perbelanjaan, kawasan wisata, bandara, dan stasiun transportasi umum, yang memperkuat posisi Malaysia sebagai negara yang menjamin kenyamanan spiritual bagi wisatawan Muslim (Boğan & Sarıışık, 2018). Sebagai contoh, Bandara Internasional Kuala Lumpur yang menyediakan ruang salat yang representatif dan restoran yang telah tersertifikasi halal, menandakan integrasi nilai-nilai halal dalam sistem transportasi nasional (M. Battour & Ismail, 2016). Tidak hanya itu, biro perjalanan di Malaysia juga menawarkan paket wisata halal yang mencakup kunjungan ke situs bersejarah Islam, objek wisata religius, hingga aktivitas rekreasi yang menjunjung prinsip-prinsip syariah (Henderson, 2016). Keseluruhan ekosistem ini menunjukkan bahwa pembangunan pariwisata halal di Malaysia tidak hanya menyasar pada aspek layanan fisik semata, tetapi juga menjadi bagian dari strategi nasional dalam mempromosikan nilai-nilai Islam melalui diplomasi budaya dan pencitraan negara yang kuat, menjadikan Malaysia sebagai panutan dalam pengembangan destinasi wisata halal berkelas dunia yang inklusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya diplomasi publik Malaysia dalam mempromosikan sektor pariwisata halal, dengan fokus pada strategi, implementasi, dan efektivitas berbagai instrumen diplomasi publik yang digunakan Malaysia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan konsep diplomasi publik, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah dan *stakeholder* terkait dalam mengoptimalkan peran diplomasi publik untuk mempromosikan pariwisata halal yang berkelanjutan Sebelum peneliti, ada beberapa penelitian

sebelumnya yang turut membahas diplomasi publik Malaysia dalam pariwisata halal. Yang pertama ada penelitian dari Hanafi Hussin dengan judul "*Gastronomy, Tourism, and the Soft power of Malaysia"* (Hussin, 2018). Hussin menyoroti bagaimana gastronomi, khususnya dalam konteks makanan tradisional dan kuliner halal, memainkan peran penting sebagai instrumen *soft power* Malaysia dalam ranah pariwisata budaya. Hussin juga menjelaskan bahwa *soft power* dalam pariwisata tidak semata-mata bergantung pada promosi destinasi, tetapi juga dibentuk oleh pengalaman sensorik dan emosional wisatawan terhadap budaya lokal, salah satunya melalui makanan. Gastronomi dianggap sebagai medium yang sangat efektif dalam membangun citra positif negara, menciptakan pemahaman antarbudaya, dan memperkuat relasi diplomatik non-formal. Dari penelitian tersebut terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian kali ini, yakni penelitian Hussin fokus pada *gastronomy tourism* sebagai bagian dari diplomasi budaya berbasis pengalaman kuliner, sedangkan penelitian kali ini melihat pariwisata halal sebagai representasi dari diplomasi publik yang dirancang secara institusional dan strategis untuk menjangkau wisatawan Muslim global yang mencakup seluruh infrastruktur, kebijakan pemerintah, komunikasi strategis, serta citra negara yang dibangun melalui promosi pariwisata halal. Kemudian ada tulisan dari Hasan dkk, yang berjudul "*Halal Tourism Industry: Advantages and Challenges in Malaysia"* (Hasan et al., 2023). Hasan dkk menyoroti bahwa industri pariwisata halal di Malaysia menawarkan banyak keuntungan strategis seperti peningkatan citra nasional, pertumbuhan ekonomi melalui devisa wisatawan Muslim, dan penguatan ekosistem halal yang meliputi destinasi, hotel, serta layanan makanan halal. Dari

penelitian tersebut terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian kali ini, yakni Hasan dkk lebih fokus pada analisis operasional dan struktural—mengenai infrastruktur, dukungan kebijakan, serta tantangan implementatif di sektor hotel dan makanan halal. Sementara penelitian kali ini memperluas cakupan analisis ke ranah komunikasi strategis dan membangun citra positif melalui diplomasi publik, menggabungkan media, kampanye internasional, dan kebijakan *soft power* untuk membangun persepsi wisatawan muslim global. Kemudian untuk kerangka pemikiran, penelitian Hasan dkk menggunakan konsep bisnis dan manajemen, sedangkan penelitian kali ini menggunakan konsep diplomasi publik dan pariwisata halal. Kemudian ada penelitian dari Rokhaniyah dan Almeira, yang berjudul "Strategi Diplomasi Publik Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT) Dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata Halal Di Asia Tenggara" (Rokhaniyah & Almeira, 2023). Rokhaniyah & Almira menguraikan bagaimana kerja sama trilateral antara Indonesia, Malaysia, dan Thailand melalui forum IMT-GT tidak hanya sebatas kerjasama ekonomi, tetapi juga menjadi wadah strategis dalam membangun citra kolektif sebagai destinasi halal terkemuka di Asia Tenggara. Strategi diplomasi publik yang diidentifikasi dalam studi ini meliputi tiga pendekatan utama, yaitu pengelolaan informasi melalui kanal digital dan media sosial untuk promosi destinasi halal, upaya pembangunan hubungan melalui pelatihan dan kolaborasi antarperguruan tinggi dan pusat sains halal. Dari penelitian tersebut terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian kali ini, yakni Rokhaniyah & Almeira menggunakan pendekatan multilateral dalam menganalisis strategi diplomasi publik subregional dalam kerangka Indonesia-Malaysia-Thailand

Growth Triangle (IMT-GT), sedangkan penelitian kali ini secara khusus menyoroti strategi diplomasi publik Malaysia secara unilateral dalam mempromosikan pariwisata halal pada tingkat global. Penelitian Rokhaniyah & Almeira hanya menggunakan tiga elemen utama diplomasi publik, yakni *listening, cultural diplomacy,* dan *exchange diplomacy*, sedangkan penelitian kali ini menggunakan lima elemen utama diplomasi publik, yakni *listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy*, dan *international broadcasting.* Dengan demikian, penelitian ini menampilkan model diplomasi publik yang terstruktur dan komprehensif, dengan fokus pada bagaimana Malaysia secara aktif membentuk persepsi global melalui pendekatan komunikasi strategis yang berorientasi pada *soft power*. Hal ini berbeda dari penelitian Rokhaniyah & Almeira yang lebih berfokus pada kolaborasi antarnegara dan diplomasi multilateral dalam lingkup Asia Tenggara melalui IMT-GT. Penelitian kali ini menegaskan bahwa upaya promosi Malaysia bukan hanya hasil dari kerjasama regional, tetapi juga dari strategi nasional yang konsisten dalam membangun merek pariwisata halal melalui diplomasi publik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan penulis diatas, maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah "Bagaimana upaya diplomasi publik Malaysia dalam mempromosikan sektor pariwisata halal tahun 2018-2024?".

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari ditulisnya penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat bagi penulis dalam mendapatkan gelar Sarjana Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

1.3.2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari ditulisnya penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya diplomasi publik Malaysia dalam mempromosikan sektor pariwisata halal pada tahun 2018 sampai tahun 2024.

1.4. Kerangka Pemikiran

1.4.1. Pariwisata Halal

Pariwisata halal merupakan suatu pendekatan dalam kegiatan wisata yang mengintegrasikan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah Islam ke dalam seluruh aspek perjalanan wisata, tidak hanya terbatas pada konsumsi makanan dan minuman halal, tetapi juga mencakup pengalaman menyeluruh yang sesuai dengan syariat Islam. Konsep ini berkembang seiring meningkatnya kesadaran dan kebutuhan wisatawan Muslim global terhadap perjalanan yang tidak hanya

menyenangkan secara fisik dan emosional, tetapi juga memenuhi kebutuhan spiritual mereka. Pariwisata halal tidak hanya mengacu pada penyediaan layanan berbasis halal, tetapi juga pada nilai-nilai dan pendekatan pemasaran (*marketing approaches*) yang disesuaikan dengan preferensi dan tuntunan agama Islam. Artinya, setiap elemen dalam rantai wisata mulai dari transportasi, akomodasi, makanan, hingga hiburan harus dirancang dengan sedemikian rupa yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti menjaga aurat, menghindari khalwat, menyediakan fasilitas ibadah, dan memastikan tidak adanya unsur yang haram seperti alkohol, narkotika, judi, atau konten pornografis (Stephenson, 2014).

Perbedaan paling mendasar antara pariwisata halal dan pariwisata pada umumnya terletak pada paradigma nilai yang menjadi dasar. Pariwisata pada umumnya seringkali berfokus pada kepuasan personal dan kebebasan tanpa batas, bahkan dalam bentuk yang bertentangan dengan norma agama. Sebaliknya, pariwisata halal secara eksplisit menolak hal-hal yang bertentangan dengan norma agama Islam seperti konsumsi alkohol, perjudian, atau aktivitas hiburan yang merusak moral (Zamani-Farahani & Henderson, 2010). Adapun motivasi wisatawan Muslim dalam melakukan perjalanan mencerminkan keseimbangan antara kebutuhan dunia dan akhirat. Mereka mencari pengalaman yang aman secara spiritual, budaya yang bersahabat, serta kemudahan dalam menjalankan ibadah. Motivasi ini berkaitan erat dengan pencarian identitas religius dan rasa aman dalam lingkungan sosial yang mendukung nilai-nilai Islam (Henderson, 2016). Oleh karena itu, destinasi yang ingin menarik pasar wisatawan Muslim harus mampu

menawarkan integrasi antara kenyamanan fisik dan spiritualitas dalam produk serta layanan wisata mereka.

1.4.2. Diplomasi Publik

Diplomasi publik merupakan salah satu instrumen penting dalam studi hubungan internasional yang berfokus pada keterlibatan suatu negara dengan publik asing untuk membentuk opini positif terhadap negaranya. Istilah ini berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan negara-negara untuk membangun citra dan pengaruh tanpa mengandalkan kekuatan militer atau ekonomi. Diplomasi publik merupakan upaya suatu negara untuk mempengaruhi dan membangun hubungan positif dengan publik asing (Cull, 2019). Tujuan utama diplomasi publik bukan hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan, pemahaman, dan citra yang bai terhadap negara tersebut di mata dunia. Cull juga merumuskan lima elemenz utama diplomasi publik yang mencakup *listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy, dan international broadcasting*.

Listening (mendengarkan) merupakan fondasi diplomasi publik yang mengharuskan negara untuk memahami konteks budaya, opini publik, dan dinamika sosial-politik di negara target sebelum melakukan komunikasi. *Listening* adalah proses sistematis mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang opini, persepsi, nilai, dan sikap publik asing, kemudian menggunakan hasil analisis tersebut untuk membentuk kebijakan luar negeri dan strategi diplomasi publik yang relevan (Cull, 2019). *Listening* sendiri dapat dilakukan melalui survey, laporan lapangan, komen di platform sosial media, dan keyword tracking.

Advocacy (advokasi) adalah upaya aktif untuk mempengaruhi opini publik asing melalui penyampaian pesan, narasi, atau kebijakan yang mendukung kepentingan dan citra negara (Cull, 2019). *Advocacy* harus didasarkan pada fakta, kredibilitas, dan konsistensi antara kebijakan dan pesan. Bentuk dari *advocacy* meliputi kampanye komunikasi, *press briefing*, pidato diplomatik, kampanye media sosial, dan hubungan pers internasional.

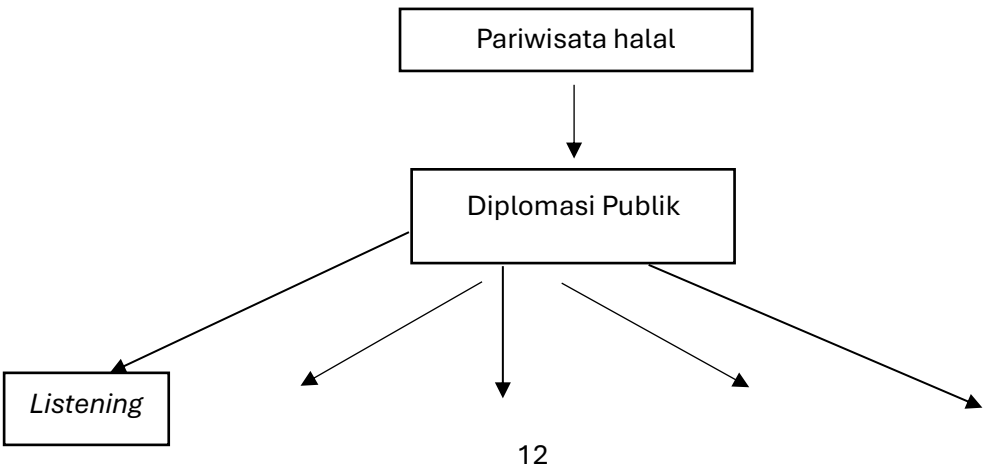
Cultural diplomacy (diplomasi budaya) menggunakan unsur budaya seperti seni, musik, film, sastra, bahasa, warisan sejarah, kuliner, dll. untuk membangun hubungan dan pemahaman lintas budaya (Cull, 2019). *Cultural diplomacy* bukan berfokus pada persuasi langsung, melainkan menciptakan kedekatan emosional dari para calon wisatawan. *Cultural diplomacy* dapat diakukan dengan pameran seni keliling, festival budaya, program budaya bilateral, kolaborasi universitas dan museum, konser tur.

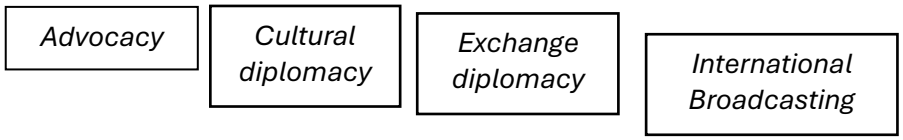
Exchange diplomacy (dipomasi pertukaran) berfokus pada mobilitas manusia dan ide, yaitu mempertemukan warga dari negara berbeda untuk membangun pemahaman jangka panjang (Cull, 2019). *Exchange diplomacy* menciptakan jaringan hubungan interpersonal berkelanjutan melalui program pertukaran akademik dan profesional yang menghasilkan penghubung antar masyarakat. *Exchange diplomacy* meliputi program beasiswa, pertukaran pelajar, kunjungan profesional, magang internasional, dan program alumni.

International broadcasting (siaran internasional) merupakan platform komunikasi yang menggabungkan pemberitaan objektif dengan promosi perspektif nasional untuk membangun reputasi sebagai sumber informasi yang dapat

dipercaya (Cull, 2019). Ini mencakup semua bentuk media penyiaran lintas batas yang ditujukan kepada publik internasional, dengan tujuan memberikan informasi yang kredibel, menjelaskan kebijakan negara, dan memperkuat reputasi global. Bentuk dari *international broadcasting* ini meliputi radio, televisi, platform media sosial (Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok, dll.). Kelima dimensi ini menunjukkan bahwa diplomasi publik bukan sekadar penyampaian pesan satu arah, melainkan menciptakan relasi timbal balik dan partisipatif antara negara dan audiens internasional.

1.5. Sintesa Pemikiran





Sumber : Penulis

Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran yang sebelumnya telah dipaparkan oleh penulis, sintesa pemikiran ini dibangun untuk menjelaskan hubungan antara pariwisata halal dan diplomasi publik. Hubungan antara pariwisata halal dan diplomasi publik digambarkan secara sistematis untuk menunjukkan bagaimana konsep diplomasi publik dapat berperan dalam mempromosikan sektor pariwisata halal. Dalam bagan tersebut, pariwisata halal berada pada posisi paling atas sebagai fokus utama penelitian, sementara diplomasi publik berfungsi sebagai pendekatan strategis untuk mendukung pengembangannya. Diplomasi publik sendiri kemudian diuraikan ke dalam lima elemen utama, yakni *listening, advocacy, cultural diplomacy, exchange diplomacy, international broadcasting.* Kelima elemen tersebut menggambarkan bahwa diplomasi publik tidak hanya bersifat satu arah, melainkan mencakup interaksi timbal balik dan strategi komunikasi menyeluruh yang dapat mempengaruhi persepsi global terhadap pariwisata halal. Dengan demikian, sintesa ini membentuk kerangka konseptual yang menjelaskan keterkaitan antara diplomasi publik sebagai alat *soft power* dan pengembangan sektor pariwisata halal sebagai tujuan strategis negara.

1.6. Argumen Utama

Malaysia secara strategis melakukan implementasi dari kelima elemen diplomasi publik, yang tidak hanya bertujuan meningkatkan devisa ekonomi dari sektor pariwisata, tetapi juga memposisikan Malaysia sebagai negara unggul dalam sektor pariwisata halal. Melaui *listening* (mendengarkan), Malaysia melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim global. Ini mencakup survei tentang ekspektasi wisatawan halal, analisis tren pariwisata syariah, dan pemahaman tentang persepsi internasional terhadap Malaysia sebagai destinasi halal. Malaysia juga mendengarkan feedback dari negara-negara dengan populasi Muslim besar seperti Indonesia, Arab Saudi, dan Turki. Elemen *advocacy* (advokasi) ditunjukkan dengan cara Malaysia aktif mempromosikan posisinya sebagai destinasi pariwisata halal terdepan di dunia. Ini dilakukan melalui kampanye *"Malaysia Truly Asia"* yang menonjolkan aspek halal, partisipasi dalam pameran pariwisata internasional, dan advokasi melalui organisasi seperti *Islamic Tourism Centre* (ITC) dan *Malaysia Tourism Promotion Board (Tourism Malaysia). Cultural diplomacy* (diplomasi budaya) Malaysia ditunjukkan melalui kekayaan budaya Islam dan tradisi Melayunya untuk menarik wisatawan Muslim. Ini termasuk promosi festival keagamaan, arsitektur masjid yang indah, kuliner halal tradisional, dan nilai-nilai budaya Islam yang toleran. Program seperti "*Islamic Arts Museum*" dan promosi budaya Melayu-Islam menjadi bagian dari strategi ini. *Exchange diplomacy* (diplomasi pertukaran) terlihat melalui penyelenggaraan

program pertukaran dengan negara-negara Muslim lainnya, seperti program pelatihan industri halal, pertukaran chef halal, dan kerjasama akademik tentang pariwisata syariah. Hal tersebut menciptakan jaringan profesional yang mendukung promosi pariwisata halal Malaysia. *International broadcasting* (siaran internasional) Malaysia menggunakan media massa internasional untuk mempromosikan pariwisata halalnya. Ini termasuk kampanye melalui saluran TV internasional, media sosial, dokumenter tentang wisata halal Malaysia, dan kerjasama dengan influencer Muslim global untuk menyebarkan pesan tentang keunggulan Malaysia sebagai destinasi halal.

1.7. Metode Penelitian

1.7.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian adalah suatu cara atau jenis penulisan yang digunakan penulis dalam penelitian agar dapat mengkaji secara mendalam topik yang sedang diteliti. Untuk penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif untuk mengkaji diplomasi publik Malaysia dalam mempromosikan pariwisata halal pada tahun 2018 sampai tahun 2024. Tipe penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari pandangan individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial (John & Creswell David, 2014). pendekatan deskriptif kualitatif sangat sesuai digunakan dalam penelitian yang menggambarkan suatu fenomena secara faktual dan sistematis berdasarkan data dari sumber yang relevan, tanpa manipulasi variable (Lambert, 2012).

Dengan penelitian jenis kualitatif deskriptif ini, penulis mencoba untuk mengkaji secara mendalam bagaimana strategi diplomasi publik Malaysia diterapkan dalam mempromosikan pariwisata halal. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap kompleksitas kebijakan diplomasi dan strategi promosi secara utuh, serta memberikan gambaran yang jelas tentang hubungan antara diplomasi publik dan pengembangan pariwisata halal.

1.7.2. Jangkauan Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya harus terdapat pembatasan terkait dengan jangkauan topik yang diteliti. Hal tersebut guna menjadikan penelitian memiliki fokus bahasan dan tidak melewati koridor topik yang telah ditentukan. Penelitian ini memiliki jangkauan yang difokuskan strategi diplomasi publik yang dijalankan oleh pemerintah Malaysia, khususnya melalui Kementerian Pariwisata serta lembaga terkait seperti Tourism Malaysia, dalam mempromosikan citra Malaysia sebagai destinasi pariwisata halal unggulan. Kemudian untuk jangkauan dari tahun penelitian dalam mengkaji topik tersebut, penulis memiliki fokus mulai dari tahun 2018 hingga tahun 2024. Tahun 2018 dipilih sebagai titik awal karena merupakan fase penting dalam pergeseran strategi diplomasi publik Malaysia, terutama setelah transisi pemerintahan yang membawa arah baru dalam promosi citra negara, termasuk dalam sektor pariwisata halal. Sejak tahun tersebut, Malaysia melalui *Islamic Tourism Centre* (ITC) secara aktif mengembangkan konsep *Muslim-Friendly Tourism and Hospitality* (MFTH) sebagai bagian dari strategi diplomasi budaya dan ekonomi negara (Islamic Tourism Centre, 2020). Tahun 2024 menjadi

batas akhir dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan ketersediaan data yang telah cukup lengkap dan dapat diakses secara resmi. Pada tahun ini, berbagai laporan relevan telah dipublikasikan, seperti laporan tahunan MOTAC 2024 (Ministry of Tourism, Arts and Culture Malaysia, 2024), publikasi dari *Halal Development Corporation* (Halal Development Corporation, 2024), serta laporan tahunan *Global Muslim Travel Index (GMTI)* yang disusun oleh Mastercard dan CrescentRating (Mastercard & CrescentRating, 2024). Menurut Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI), pada tahun 2024 Malaysia mendapat peringkat pertama sebagai destinasi pilihan utama bagi wisatawan muslim global.

1.7.3. Teknik Pengumpulan Data

Penulis pada penelitian ini dalam mengumpulkan data menggunakan teknik pengumpulan data sekunder dengan bentuk studi literatur. Artinya, dalam mengumpulkan data, dan mencari sumber data, penulis tidak berkenaan langsung dengan pihak yang bersangkutan, melainkan melalui perantara media. Data-data yang diperoleh penulis berasal dari literatur-literatur seperti media berita online yang kredibel, *website*, karya tulis ilmiah, dan buku yang relevan dengan topik yang dibahas pada penelitian ini. Setelah data yang diperlukan melalui studi literatur tersebut terkumpul, kemudian penulis menganalisis dan mengkaji lebih dalam referensi dari sumber-sumber yang diperoleh. Hal tersebut agar penulis dapat memberikan kajian yang komprehensif terkait dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini.

1.7.4. Teknik Analisis Data

Data-data yang diperoleh oleh penulis melalui berbagai literature yang kemudian dianalisis lebih lanjut terkait dengan topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Bungin, 2017). Reduksi data dilakukan dengan memilah dan menyaring informasi yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka agar hanya data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu strategi diplomasi publik Malaysia dalam mempromosikan pariwisata halal. Setelah itu, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk naratif untuk memudahkan peneliti dalam melihat pola, kecenderungan, dan hubungan antar konsep. Proses penyajian ini sangat penting untuk menggambarkan bagaimana diplomasi publik Malaysia beroperasi dalam konteks pariwisata halal. Tahapan terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara induktif berdasarkan pemahaman yang terbentuk dari interpretasi data secara mendalam. Dalam tahap ini, peneliti berusaha menyusun narasi komprehensif tentang bagaimana strategi diplomasi publik Malaysia membentuk citra sebagai destinasi halal.

1.7.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam sebuah penelitian tentunya berperan penting. Hal ini dimaksudkan untuk membuat penelitian tetap terorganisir dan tetap pada koridor yang diinginkan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I, berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang membahas akar permasalahan dari isu yang diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, sintesa pemikiran, argument utama. Kemudian dilanjutkan dengan metode penelitian yang terdiri dari tipe penelitian, jangkauan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta sistematika penulisan.

BAB II, Pada bab ini penulis memberikan bahasan mengenai implementasi diplomasi publik Malaysia dalam promosi pariwisata halal melalui elemen *listening* dan *advocacy*.

BAB III, berisi pembahasan implementasi diplomasi publik Malaysia dalam promosi pariwisata halal melalui elemen *cultural diplomacy, exchange diplomacy,* dan *international broadcasting*.

BAB IV, berisi penutup sekaligus bab terkahir dari penelitian yang memuat kesimpulan dari penelitian yang dikaji pada bab-bab sebelumnya. Pada bab ini juga memuat kritik dan saran dari penulis yang diperuntukkan sebagai kebutuhan penelitian berikutnya.