

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **VI.1 Kesimpulan**

Pada pertumbuhan masyarakat muslim di Dunia, Korea selatan berupaya untuk melakukan diversifikasi pasar dengan menargetkan wisatawan muslim dari negara mayoritas penduduk beragama Islam salah satunya ialah Indonesia. Salah satu pendekatan yang dilakukan oleh Korea Selatan yaitu mempromosikan pariwisata halal negaranya ke berbagai negara muslim di dunia. Korea selatan melakukan peningkatan fasilitas pariwisata halal melalui program *muslim friendly tourism*. Berbagai upaya yang dilakukan Korea selatan melalui serangkaian acara pada program muslim friendly tourism dan media platform digital.

Korea Selatan melakukan pendekatan melalui pariwisata halal dengan melakukan promosi melalui acara baik melalui luring maupun daring seperti Halal Restaurant Week Korea, Muslim Friendly Korea Festival, dan promosi lainnya melalui platform digital KTO meliputi, Facebook, Instagram, Youtube dan Situs web. Pendekatan tersebut merupakan suatu bentuk implementasi dari diplomasi publik yang ingin dilakukan oleh Korea Selatan terhadap masyarakat muslim dunia, khususnya Indonesia.

Korea Selatan melakukan diplomasi publik terhadap pariwisata halal negaranya di Indonesia melalui tiga tipe seperti diplomasi publik yang didefinisikan oleh Mark, yaitu manajemen berita, komunikasi strategis dan membangun hubungan. Dari berbagai program dan upaya yang dilakukan Korea Selatan, berhasil untuk mengimplementasikan diplomasi publik tersebut yaitu pada aspek manajemen berita, Korea Selatan berhasil menarik perhatian publik melalui penayangan program dan acara Korea Selatan melalui situs berita Indonesia. Hal ini memberikan respon positif kepada Korea Selatan terhadap pariwisata di negaranya.

Korea selatan juga melakukan komunikasi strategis melalui berbagai sosial media, dengan mempertahankan interaksi dan komunikasi antara KTO dengan masyarakat Indonesia. Hal ini memberikan ketertarikan yang tinggi kepada

masyarakat muslim Indonesia dengan terbantunya dan sigapnya pemerintah Korea dalam emmberikan informasi dan berita terbaru terkait dengan negaranya.

Aspek lainnya, Pemerintah Korea juga membangun hubungan dalam setiap tingkatan masyarakat baik lembaga maupun masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan adanya kolaborasi Pemerintah Korea dengan influencer Indonesia dalam mempromosikan budaya dan keindahan negaranya. Selain itu, Korea selatan juga turut bekerja sama pada lapisan lembaga seperti ASTINDO yang diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi pariwisata Korea Selatan.

Akan tetapi, penulis mengalami adanya keterbatasan terkait dengan data pengunjung melalui acara Muslim Friendly Korea Festival yang diselenggarakan di Kota Kasablanka pada tahun 2019. Meskipun demikian, dari data yang sudah didapatkan melalui hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan oleh penulis hal ini membuktikan bahwa diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan mengalami keberhasilan dilihat dari impresi disetiap sosial media dan respon positif masyarakat dengan kenaikan wisatawan muslim Indonesia ke Korea Selatan dibandingkan dengan awal mula terbentuknya pariwisata halal di negaranya pada tahun 2015.

## **VI.2 Saran**

Korea Selatan perlu untuk mempertahankan maupun meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Muslim Indonesia setiap tahunnya agar tidak terlalu jauh menurun dari target yang telah ditetapkan. Untuk mencapai hal ini, Korea Selatan perlu terus mengembangkan dan meningkatkan fasilitas yang ramah bagi wisatawan Muslim sesuai dengan perkembangan yang ada. Meskipun Korea Selatan telah fokus pada promosi restoran halal dan daftar ruang sholat, masih terdapat kekurangan, yaitu kurangnya promosi mengenai hotel-hotel syariah yang tersedia di berbagai daerah Korea Selatan. Promosi mengenai hal ini masih sangat jarang ditemui.

Oleh karena itu, Korea Selatan juga perlu menjalankan diplomasi publik melalui platform digital di setiap negara. Hal ini dikarenakan masyarakat saat ini cenderung lebih sering mencari informasi dan pengetahuan melalui media sosial dan situs web.

Korea Selatan perlu memaksimalkan pemanfaatan platform digital yang sudah lama ada atau yang baru ditemukan.

Diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan berjalan secara efektif dan memberikan kesan yang positif, Oleh sebab itu hal ini memberikan motivasi bagi negara lain, terutama Indonesia, untuk mengadopsi dan mengimplementasikan hal serupa. Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia sudah seharusnya mulai menerapkan dan mempromosikan pariwisata halal di negaranya melalui media sosial. Diplomasi publik memiliki kelebihan, di antaranya biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan diplomasi lainnya. Indonesia, sebagai negara dengan keterbatasan daya, dapat menggunakan diplomasi publik sebagai instrumen politik luar negeri alternatif yang dapat dilakukan dan dikembangkan. Agar efektif dan mencapai tujuan politik luar negeri, pelaksanaan diplomasi publik harus memperhatikan strategi komunikasi yang tepat.