

## **BAB VI**

### **Kesimpulan & Saran**

#### **6.1 Kesimpulan**

Korea Selatan menjadi salah satu negara yang memanfaatkan sektor pariwisata untuk meningkatkan pendapatan ekonomi negaranya. Seiring dengan adanya tren positif kenaikan kunjungan wisatawan Muslim & sebagai bentuk respons terhadap terjadinya penurunan jumlah kunjungan turis China, pemerintah Korea Selatan mulai melakukan diversifikasi strategi ke dalam pasar pariwisata halal. Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas Muslim terbesar menjadi target utama yang potensial bagi Korea Selatan dalam mempromosikan pariwisata halalnya.

Dalam upaya mempromosikan pariwisata halalnya kepada masyarakat Muslim Indonesia, pemerintah Korea Selatan melalui KTO mengeluarkan sejumlah diplomasi publik di era digital melalui pendekatan berbasis strategi *halal tourism & digital tourism*. Dalam rangka meningkatkan kepercayaan & minat turis Muslim untuk berlibur, Korea Selatan mengembangkan industri pariwisata halalnya melalui berbagai kebijakan seperti bekerja sama dengan *Korea Muslim Federation* (KMF) dalam pemberian sertifikasi halal pada produk makanan-minuman & restoran-restoran ramah Muslim, mengklasifikasikan restoran ramah Muslim ke dalam 4 kategori (*Halal Certified, Self-Certified, Muslim Friendly, & Pork Free*), mempublikasikan buku panduan pariwisata halal Korea Selatan, meluncurkan aplikasi Halal Korea, hingga memperbanyak fasilitas masjid dan ruang ibadah (*prayer room*) di ruang publik.

Berdasarkan teori Diplomasi Publik era digital yang kemukakan oleh Cull, bentuk diplomasi publik era digital yang dilaksanakan pemerintah Korea Selatan melalui KTO dalam mempromosikan pariwisata halal kepada masyarakat Indonesia termasuk ke dalam jenis *Advocacy & International News Broadcasting*. Pada jenis diplomasi publik *Advocacy*, KTO Jakarta sebagai aktor negara yang mewakili pemerintah Korea Selatan berhasil terlibat secara langsung dalam memengaruhi

opini publik masyarakat Muslim Indonesia terhadap pariwisata halal Korea Selatan dengan mengeluarkan artikel atau publikasi yang dikeluarkan langsung secara legal oleh KTO Jakarta. Lalu pada jenis diplomasi publik *International News Broadcasting*, pemerintah Korea Selatan melalui KTO Jakarta berhasil melaksanakan diplomasi publik guna menarik minat masyarakat Muslim Indonesia untuk berkunjung ke Korea Selatan dengan memanfaatkan media digital & internet melalui penggunaan sosial media seperti Instagram & website resminya. Melalui akun Instagram & website resminya, KTO Jakarta memiliki laman khusus *Muslim Friendly* yang berisikan berbagai konten seputar pariwisata halal mulai dari rekomendasi restoran halal, daftar masjid & ruang ibadah, destinasi pariwisata ramah Muslim dan yang lainnya yang dapat menarik minat wisata masyarakat Muslim Indonesia sekaligus menjadi panduan pada saat berkunjung ke Korea Selatan.

Berbagai bentuk strategi diplomasi publik era digital yang telah dilaksanakan oleh pemerintah Korea Selatan melalui KTO guna mempromosikan pariwisata halalnya mendapatkan antusiasme dan respons positif dari masyarakat Muslim Indonesia. Tak hanya itu, minat masyarakat Muslim Indonesia untuk berlibur ke Korea Selatan mengalami peningkatan berdasarkan interaksi komunikasi yang terjalin intensif & harmonis antara masyarakat Indonesia dengan KTO Jakarta melalui akun Instagram resminya. Hal ini juga didukung dengan tren positif kenaikan turis Muslim Indonesia yang berkunjung ke Korea Selatan setiap tahunnya. Hal ini juga menunjukkan keberhasilan diplomasi publik era digital yang dilakukan oleh pemerintah Korea Selatan melalui KTO dalam mempromosikan pariwisata ramah Muslim dan menarik minat masyarakat Muslim Indonesia untuk berlibur ke Korea Selatan.

## **6.2 Saran**

Pemerintah Korea Selatan telah mengimplementasikan berbagai strategi & kebijakan diplomasi publik dalam sektor pariwisata halal guna meningkatkan jumlah kunjungan turis Muslim ke negaranya. Dalam mengembangkan pariwisata halal, Korea Selatan telah berhasil dalam peningkatan jumlah restoran halal & fasilitas ibadah (masjid & *prayer room*).

Akan tetapi, meskipun Korea Selatan berhasil mengembangkan pariwisata halalnya dengan memperbanyak jumlah restoran ramah Muslim & ruang ibadah, masih terdapat kekurangan dalam memperbanyak & mempromosikan hotel-hotel yang ramah Muslim. Terutama jika dibandingkan dengan Thailand & Jepang yang juga berfokus dalam pengembangan pariwisata halal dan kedua negara tersebut telah berusaha menyediakan & mempromosikan hotel-hotel ramah Muslim untuk meningkatkan kenyamanan & keamanan turis Muslim saat berlibur.

Oleh karena itu, agar sektor industri pariwisata halal di Korea Selatan dapat lebih maju & bersaing, pemerintah Korea Selatan perlu mengembangkan strategi dalam memperbanyak penyediaan & mempromosikan hotel-hotel ramah Muslim yang dapat dilengkapi dengan kuliner halal, ruang ibadah, dan arah kiblat, kolam renang terpisah gender dan fasilitas ramah Muslim lainnya guna dapat menarik minat turis Muslim untuk berkunjung ke Korea Selatan. Selain itu, dalam mempromosikan hotel & penginapan ramah Muslim, pemerintah Korea Selatan dapat memaksimalkan penggunaan platform digital seperti media sosial & website resmi yang dimiliki *Korea Tourism Organization* agar dapat melaksanakan diplomasi publik di era digital ini secara optimal efektif.

Agar dapat meningkatkan kepercayaan & menarik minat turis Muslim untuk berlibur ke negaranya, pemerintah Korea Selatan perlu mengembangkan industri halalnya dengan merancang undang-undang & regulasi hukum mengenai jaminan proteksi produk-produk halal di Korea Selatan. Sehingga dengan adanya undang-undang & regulasi seputar proteksi produk halal, turis Muslim akan merasa lebih aman & nyaman untuk berlibur ke Korea Selatan tanpa harus melanggar nilai-nilai agama yang dianut.