

**DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN  
MUSLIM INDONESIA MELALUI *KOREA TOURISM  
ORGANIZATION* PERIODE 2016-2019**

**Aviva Mila Amalia**

**ABSTRAK**

Korea Selatan berusaha memaksimalkan sektor pariwisata negaranya dengan melakukan diversifikasi ke dalam pasar pariwisata halal. Indonesia adalah negara mayoritas Muslim yang menjadi target potensial bagi Korea Selatan dalam mempromosikan pariwisata halalnya. Pemerintah Korea Selatan melalui *Korea Tourism Organization* (KTO Jakarta) melaksanakan berbagai program kerja guna untuk meningkatkan minat masyarakat Muslim Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi diplomasi publik Korea Selatan melalui *Korea Tourism Organization* (KTO) dalam mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Muslim asal Indonesia selama periode tahun 2016 hingga 2019 dengan menggunakan teori diplomasi publik, pariwisata halal dan *digital tourism*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif dengan dua sumber data yaitu primer dan sekunder melalui studi kepustakaan serta wawancara dengan pihak KTO Jakarta. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi publik yang dilakukan pemerintah Korea Selatan melalui KTO berhasil mendapatkan respons positif dari masyarakat Indonesia dan terdapat tren peningkatan yang positif dari jumlah kunjungan turis Muslim Indonesia ke Korea Selatan selama periode 2016-2019.

**Kata Kunci:** Diplomasi Publik, Korea Selatan, Pariwisata Halal, *Korea Tourism Organization*

**SOUTH KOREA'S PUBLIC DIPLOMACY IN INCREASING  
THE NUMBER OF INDONESIAN MUSLIM TOURIST VISITS  
THROUGH THE KOREAN TOURISM ORGANIZATION FOR  
THE PERIOD 2016-2019**

**Aviva Mila Amalia**

**ABSTRACT**

South Korea is trying to maximize its tourism sector by diversifying into the halal tourism market. Indonesia is a Muslim-majority country that is a potential target for South Korea in promoting its halal tourism. The South Korean government through the Korea Tourism Organization (KTO Jakarta) implements various work programs to increase the interest of the Indonesian Muslim community. This study aims to explain South Korea's public diplomacy strategy through the Korea Tourism Organization (KTO) in encouraging an increase in the number of visits by Muslim tourists from Indonesia during the period 2016 to 2019 using the theory of public diplomacy, halal tourism and digital tourism. In this study, the authors used descriptive research methods through a qualitative approach with two data sources, namely primary and secondary through literature studies and interviews with the Jakarta KTO. The final results of this study show that the public diplomacy carried out by the South Korean government through the KTO succeeded in getting a positive response from the Indonesian people and there was a positive upward trend in the number of Indonesian Muslim tourist visits to South Korea during the 2016-2019 period.

**Keywords:** Public Diplomacy, South Korea, Halal Tourism, Korea Tourism Organization