

DIPLOMASI PUBLIK THAILAND DALAM UPAYA MEMANFAATKAN PELUANG SEBAGAI PUSAT INDUSTRI HALAL REGIONAL MELALUI PARIWISATA (2022-2024)

AZZAHRA MAHARANI

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk membahas implementasi diplomasi publik yang dilakukan oleh Pemerintah Thailand dalam memanfaatkan peluang yang dimiliki sebagai Pusat Industri Halal Regional melalui pengembangan Industri Pariwisata Halalnya dalam periode tahun 2022 – 2024, sebagai negara non-Muslim dengan menggunakan Teori Diplomasi Publik, Konsep Industri Halal, dan Konsep Pariwisata Halal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan data yang diperoleh melalui pengambilan data dari *Tourism Authority of Thailand* (TAT), Wawancara dengan Ketua Asosiasi Pariwisata dan Perdagangan Halal ThailandASEAN (TAHTTA), dan Wawancara tidak langsung dengan Masyarakat Lokal, serta pengambilan data melalui studi pustaka yang sesuai dengan topik penelitian. Hasil akhir penunjukkan bahwa selama periode 2022 – 2024 Thailand menunjukkan keseriusannya dalam mengembangkan Industri Halalnya, terutama melalui Pariwisata Halal meskipun negara ini merupakan negara non-Muslim melalui Tiga Dimensi Diplomasi Publik. Namun, meskipun Thailand sukses dalam berkompetisi di Pasar Halal Global melalui perkembangan Industri Halalnya ditemukan beberapa tantangan yang harus dihadapi Thailand dalam mengembangkan Industri Pariwisata Halalnya.

Kata Kunci: Diplomasi Publik, Pariwisata Halal, Pasar Halal Global.

**THAILAND'S PUBLIC DIPLOMACY IN AN EFFORT TO UTILIZATION
OF OPPORTUNITIES AS A REGIONAL HALAL INDUSTRY CENTER
THROUGH TOURISM (2022-2024)**

AZZAHRA MAHARANI

ABSTRACT

This study aims to discuss the public diplomacy made by the Thai Government in utilizing the opportunities it has as a Regional Halal Industry Center through the development of its Halal Tourism Industry in the period 2022 - 2024 as a non-Muslim country using Public Diplomacy Theory, Halal Industry Concept, and Halal Tourism Concept. This study uses a qualitative research method with data obtained through data collection from the Tourism Authority of Thailand (TAT), Interviews with the President of the Thailand-ASEAN Halal Tourism and Trade Association (TAHTTA), and Indirect interviews with Local as well as data collection through literature studies in accordance with the research topic. The final result of the appointment that during the period 2022 - 2024 Thailand showed its seriousness in developing its Halal Industry, especially through Halal Tourism even though this country is a non-Muslim country through Three Dimensions of Public Diplomacy. However, even though Thailand is successful in competing in the Global Halal Market through the development of its Halal Industry, several challenges were found that Thailand must face in developing its Halal Tourism Industry.

Keywords: Public Diplomacy, Halal Tourism, Global Halal Market