

**DIPLOMASI PUBLIK *KOREA TOURISM ORGANIZATION (KTO)* DALAM
MEMPROMOSIKAN WISATA RAMAH MUSLIM DI INDONESIA
MELALUI MEDIA DIGITAL TAHUN 2020-2022**

Rahmah Putri Elsa Namira

ABSTRAK

Kebijakan *Muslim Friendly Tourism* hadir sebagai upaya Pemerintah Korea Selatan mendiversifikasi pasar wisata yang terlalu bergantung pada wisatawan Tiongkok. *Korea Tourism Organization (KTO)* gencar melakukan promosi wisata ramah muslim terutama di Indonesia. Namun persepsi negatif masyarakat Indonesia terhadap Korea yang terkesan anti muslim menjadi tantangan bagi KTO untuk memperbaiki citra negaranya. Terlebih pandemi yang terjadi turut menghambat upaya diplomasi publik oleh KTO. Penelitian ini akan membahas strategi diplomasi publik KTO melalui media digital selama pandemi tahun 2020-2022. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana data dan fakta yang telah diperoleh kemudian diproses dan disajikan secara deskriptif. Penelitian ini menemukan bahwa selama pandemi KTO aktif dalam melakukan diplomasi publik digital melalui Instagram dan *Youtube*. Penggunaan media digital tersebut dirasa efektif dalam menyebarkan informasi mengenai *Muslim Friendly Tourism Korea*.

Kata Kunci : Diplomasi Publik, Diplomasi Digital, *Korea Tourism Organization (KTO)*

PUBLIC DIPLOMACY OF KOREA TOURISM ORGANIZATION (KTO) IN PROMOTING MUSLIM FRIENDLY TOURISM IN INDONESIA THROUGH DIGITAL MEDIA IN 2020-2022

Rahmah Putri Elsa Namira

ABSTRACT

The Muslim Friendly Tourism policy is an effort by the South Korean Government to diversify the tourism market that is too dependent on Chinese tourists. The Korea Tourism Organization (KTO) is actively promoting Muslim-friendly tourism, especially in Indonesia. However, the negative perception of the Indonesian people towards Korea, which seems anti-Muslim, is a challenge for KTO to improve its country's image. Moreover, the pandemic that occurred also hampered KTO's public diplomacy efforts. This research will discuss KTO's public diplomacy strategy through digital media during the 2020-2022 pandemic. This study uses a descriptive qualitative research method where the data and facts that have been obtained are then processed and presented descriptively. This research found that during the pandemic, KTO was active in conducting digital public diplomacy through Instagram and *Youtube*. The use of digital media is considered effective in disseminating information about Korean Muslim Friendly Tourism.

Keywords: Public Diplomacy, Digital Diplomacy, Korea Tourism Organization (KTO)