

**PERAN *INFLUENCER* BIANCA KARTIKA MEMPROMOSIKAN
MUSLIM-FRIENDLY LIFESTYLE DI KOREA SELATAN MELALUI
KONTEN *VIRTUAL TRAVEL* #KEKOREAAJA**

SALSABILLA PUTRI BASUKI

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peran Bianca Kartika sebagai influencer dalam mempromosikan gaya hidup Muslim-friendly di Korea Selatan melalui konten virtual travel #KeKoreaAja yang diunggah di platform digital YouTube. Latar belakang penelitian ini adalah transformasi diplomasi publik Korea Selatan yang memanfaatkan teknologi digital dan aktor non-negara untuk membangun citra sebagai destinasi wisata yang ramah bagi wisatawan Muslim, terutama dari Indonesia. Pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan drastis jumlah wisatawan ke Korea Selatan, sehingga pemerintah dan Korean Tourism Organization (KTO) menggencarkan strategi diplomasi digital untuk memulihkan sektor pariwisata, salah satunya dengan melibatkan *influencer*. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur dan observasi konten media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bianca Kartika memainkan peran penting sebagai jembatan diplomasi publik dengan menyajikan narasi yang otentik, personal, dan edukatif mengenai kehidupan seorang Muslim di Korea Selatan. Konten virtual travel yang diproduksi bersama KTO tidak hanya memperkenalkan destinasi wisata Korea Selatan, tetapi juga berhasil membangun kepercayaan audiens, khususnya masyarakat Muslim Indonesia, bahwa Korea Selatan adalah negara yang inklusif dan siap menyambut wisatawan Muslim. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kolaborasi antara pemerintah Korea Selatan dan influencer seperti Bianca Kartika merupakan strategi efektif diplomasi publik di era digital, yang mampu memperkuat nation branding Korea Selatan sebagai negara modern, terbuka, dan ramah terhadap keberagaman budaya dan agama.

Kata kunci: Diplomasi Publik, *Influencer*, Korea Selatan, *Muslim-friendly*, *Virtual Travel*, Bianca Kartika

***THE ROLE OF INFLUENCER BIANCA KARTIKA IN PROMOTING A
MUSLIM-FRIENDLY LIFESTYLE IN SOUTH KOREA THROUGH
VIRTUAL TRAVEL CONTENT #KEKOREAAJA***

SALSABILLA PUTRI BASUKI

ABSTRACT

This study examines the role of Bianca Kartika as an influencer in promoting a Muslim-friendly lifestyle in South Korea through virtual travel content titled #KeKoreaAja, published on digital platforms, particularly YouTube. The background of this research is the transformation of South Korea's public diplomacy, which utilizes digital technology and non-state actors to build its image as a tourism destination that is welcoming to Muslim travelers, especially from Indonesia, the country with the largest Muslim population in the world. The COVID-19 pandemic led to a significant decline in tourist arrivals to South Korea, prompting the government and the Korean Tourism Organization (KTO) to intensify digital diplomacy strategies to revive the tourism sector; one of which involves collaborating with influencers. This study uses a descriptive qualitative method, with data collected through literature studies and observations of social media content. The findings reveal that Bianca Kartika plays a crucial role as a bridge of public diplomacy by presenting authentic, personal, and educational narratives about the life of a Muslim in South Korea. The virtual travel content produced in collaboration with KTO not only introduces South Korean tourist destinations but also successfully builds trust among audiences—particularly Indonesian Muslims—that South Korea is an inclusive country and ready to welcome Muslim tourists. This study concludes that the collaboration between the South Korean government and influencers like Bianca Kartika is an effective public diplomacy strategy in the digital era, capable of strengthening South Korea's nation branding as a modern, open, and culturally and religiously inclusive country.

Keywords: *Public Diplomacy, Influencer, South Korea, Muslim-friendly, Virtual Travel, Bianca Kartika*