

**STRATEGI DIPLOMASI PUBLIK INDONESIA DALAM
MENINGKATKAN PARIWISATA HALAL TAHUN 2019-2023**

SKRIPSI

*Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan
untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*

Universitas Andalas

OLEH :

FITRA AULIA

1910851031



Dosen Pembimbing :

Haiyyu Darman Moenir, S.IP, M.Si

Silvi Cory, S.Pd, M.Si

**DEPARTEMEN HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan terkait bagaimana strategi diplomasi publik yang dilakukan oleh Indonesia untuk meningkatkan pariwisata halal tahun 2019-2023. Besarnya prospek pariwisata halal membuat Indonesia berkomitmen untuk mengembangkan pariwisata halal, pada tahun 2019 Indonesia telah berhasil meraih peringkat terbaik dunia pariwisata halal namun mengalami penurunan pada tahun 2020, 2021, 2022. Penurunan performa pariwisata halal Indonesia disebabkan oleh beberapa hambatan seperti Pandemi Covid-19, lemahnya sertifikasi halal dan *travel advisory* yang dikeluarkan oleh negara lain untuk Indonesia. Penelitian ini menggunakan kerangka konsep diplomasi publik yang ditawarkan oleh Mark Leonard dengan tiga dimensi yang harus dicapai yaitu *News Management*, *Strategic Communication*, dan *Relationship Building*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif karena data-data yang diperoleh berasal dari literatur-literatur yang relevan dengan isu yang dibahas. Ditemukanlah bahwa terdapat beberapa strategi diplomasi publik yang dilakukan oleh Indonesia guna meningkatkan pariwisata halal yaitu melalui pemanfaatan sosial media, pemanfaatan situs web, *Visa on Arrival*, peningkatan sertifikasi halal, respon Indonesia terhadap *travel advisory*, pameran dan festival, kongres, dan kerjasama bilateral dan multilateral sehingga pada tahun 2023 Indonesia berhasil meraih kembali peringkat pariwisata halal terbaik dunia berdasarkan laporan yang dirilis oleh Global Muslim Travel Index.

Kata Kunci : Pariwisata Halal, Pariwisata Indonesia, Diplomasi Publik



ABSTRACT

This research aims to describe how the public diplomacy strategy carried out by Indonesia to increase halal tourism in 2019-2023. The great prospect of halal tourism makes Indonesia committed to developing halal tourism, in 2019 Indonesia has succeeded in achieving the world's best ranking in halal tourism but experienced a decline in 2020, 2021, 2022. The decline in Indonesia's halal tourism performance was caused by several obstacles such as the Covid-19 Pandemic, weak halal certification and travel advisory issued by other countries for Indonesia. This research uses the conceptual framework of public diplomacy offered by Mark Leonard with three dimensions that must be achieved, namely News Management, Strategic Communication, and Relationship Building. then this research uses a research method with a qualitative approach because the data obtained comes from literature that is relevant to the issues discussed. It was found that there are several public diplomacy strategies carried out by Indonesia to increase halal tourism, namely through the use of social media, website utilisation, Visa on Arrival, increasing halal certification, Indonesia's response to travel advisory, exhibitions and festivals, congresses, and bilateral and multilateral cooperation so that in 2023 Indonesia managed to regain the world's best halal tourism ranking based on Global Muslim Travel Index report.

Keywords: Halal Tourism, Indonesia, Tourism, Public Diplomacy

